

marktel

MEMORIA SOSTENIBILIDAD
2020



ÍNDICE

1. CARTA DE DIRECCIÓN	3
2. INTRODUCCIÓN	4
2.1. Normativa aplicable	4
2.2. Alcance	4
2.3. Marco de reporting	4
2.4. Verificación	4
3. SOBRE MARKTEL	5
4. NUESTRAS CIFRAS	10
5. ANÁLISIS DE MATERIALIDADES Y POLÍTICAS	11
5.1. Grupos de interés	11
5.2. Materialidades	12
5.3. Principales objetivos en la estrategia de RSE y correlación con los ODS	13
5.4. Políticas	14
6. CÓDIGO ÉTICO Y DE CONDUCTA	15
7. DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL	16
7.1. Enfoque de precaución	16
7.2. Consumo energético	18
7.3. Emisiones	20
7.4. Gestión de residuos	21
8. DIMENSIÓN SOCIAL	24
8.1. Capital humano 2020	26
8.2. Organización del trabajo	31
8.3. Seguridad y salud	34
8.4. Relación laboral	35
8.5. Formación	35
8.6. Accesibilidad universal	37
8.7. Igualdad	38
9. INFORMACIÓN SOBRE LOS DERECHOS HUMANOS	39
10. LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO	42
11. COMPROMISO SOCIAL	43
11.1. El impacto en el empleo y el desarrollo local	43
11.2. Gestión responsable de la cadena de suministros	45
11.3. Información fiscal	45
ANEXO 1	46

CARTA DE LA DIRECCIÓN



Hemos cerrado el Balance y Cuenta de Resultados integrado del Grupo Marktel, del año 2020 con un resultado aceptable. Como todos sabemos y hemos padecido, las circunstancias de extraordinaria complejidad de esta pandemia, tan expansiva y grave, ha afectado la salud de las personas y de las empresas.

El esfuerzo que ha realizado nuestro personal directivo, y nuestros agentes y colaboradores para adaptar esta Empresa a esta insólita situación ha sido enorme y por tanto es muy de agradecer estas actuaciones que han puesto de manifiesto la vinculación de todos nuestros trabajadores con la Empresa y su lucha constante para sobrellevar esta situación. La medida ha sido positiva, y en un corto espacio de tiempo nuestro personal realizaba la atención a nuestros clientes desde el teletrabajo y con unas cuotas de calidad, más que aceptables, manteniendo la continuidad de los servicios.

Con ello Marktel ha continuado su posicionamiento en el mercado español y portugués gracias a las posibilidades que generan las nuevas tecnologías, aplicándolas a nuestros valores y principios, a través de una continua apuesta por la innovación, consolidando nuestra empresa en el mercado nacional y poniendo a disposición de nuestros clientes los avances tecnológicos más cualificados para hacer frente a esta situación.

Por tanto, es para nosotros una consecuencia lógica el seguir asumiendo y desarrollando nuestra responsabilidad que como empresa tenemos de contribuir al desarrollo sostenible en línea con los acuerdos de las Naciones Unidas y los 10 principios del Pacto Mundial, que tanta importancia tienen para el futuro de nuestro país y del mundo.

Así mismo, con el apoyo de nuestra tecnología y de las líneas que han marcado siempre el desarrollo de nuestra Empresa, seguimos apostando por el empleo para los jóvenes, por su formación continua, por la inclusión de las mujeres en nuestra organización, por el empleo a las personas con discapacidad y por la colaboración continua de entidades sociales como la Fundación Progresia.

Tiene especial relevancia el apoyo de los Comités de Empresa a los que en todo momento tratamos de vincular al futuro del Grupo Empresarial y contando con su aportación y orientaciones en todo aquello que pueda mejorar la calidad del trabajo, siendo las personas un activo fundamental para seguir desarrollando nuestros objetivos que no dejan de ser ambiciosos para un futuro próximo en la consecución de nuestra hoja de ruta empresarial.

Muchas gracias a todos.

Un cordial saludo,

D. José Mª Horrillo López del Rey
Presidente



INTRODUCCIÓN

2. Introducción

2.1. Normativa aplicable

El presente estado de información no financiera 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 sometiéndolo a los mismos criterios de aprobación, depósito y publicación que éste.

2.2. Alcance

Los datos financieros y no financieros de ECU y sus sociedades dependientes tanto en España como en Portugal (en adelante, Marktel) presentados en este informe son consolidados y hacen referencia a todas las actividades llevadas a cabo durante el año 2020.

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. Sobre Marktel

Modelo de negocio

Somos una compañía Full BPO. Actuamos en todas las fases de externalización de procesos: diseño, implantación y ejecución, con una visión 360°.

Customer Experience

Contamos con 20 años de experiencia y una alta especialización en la gestión de la relación con los clientes. Nos situamos en el TOP 10 del sector Contact Center.

Crecimiento

Nuestra capacidad se traduce en resultados, habiendo cerrado el ejercicio 2020 con una facturación superior a los 110 MM €.

Equipo

Más de 5.000 empleados al servicio del cliente para diversos sectores de actividad: telecomunicaciones, banca, seguros y utilities entre otros.

¿Dónde estamos?

Contamos con un total de 11 sites y un modelo avanzado de teletrabajo. Estamos presentes en España y Portugal.

Las sedes donde estamos son:

- **Madrid** 1.727 empleados
- **Valencia** 3.108 empleados
- **Albacete** 124 empleados
- **Elvas** 623 empleados



Somos expertos en la gestión de la experiencia de cliente, abordando todo el Customer Journey:

Conectamos con el Cliente	Personalizamos Experiencias	Incrementamos el Valor
• Gestión de leads • Contratación Omnicanal • Verificación de ventas • Back Office Comercial	• Información y Atención • Soporte Técnico • Asistencia • Reclamaciones	• Cross Selling • Up Selling
Incrementamos la Confianza	Gestionamos el Riesgo	
• Anticipación • Retención • Recuperación	• Detección y Prevención • Deuda Inicial • Mora • Contencioso • Fallido	

Aportamos valor a los procesos a través del diseño de soluciones digitales:

ESTRATEGIA OMNICANAL



**Voz - Mail - Chat - Mensajería -
Redes Sociales - Videoatención**

La integración de canales mejora los procesos e impacta de manera positiva en la experiencia de cliente.

BUSINESS INTELLIGENCE



**Analítica avanzada - Big Data - Segmentación -
Modelización - Predicción del comportamiento**

El análisis de los datos nos permite desarrollar estrategias para optimizar la relación con los clientes.

AUTOMATIZACIÓN



**RPA - IVR - Autogestión - Chatbot - Voicebot -
Inteligencia artificial aplicada**

La automatización de procesos genera un incremento de la eficiencia y la productividad.

Aportamos valor con una metodología propia basada en la consultoría, el desarrollo de soluciones digitales y un modelo de analítica integral orientado a la eficiencia operativa:

CONSULTORÍA DE PROCESOS



Conocimiento del mercado - Posicionamiento y estrategia - Target - Análisis de procesos

Objetivo: identificar puntos de mejora para la reingeniería de los procesos

SOLUCIONES DIGITALES



Diseño y desarrollo - Adaptación a procesos de negocio - Integración - Mantenimiento evolutivo

Diseñamos soluciones digitales orientadas a la eficiencia y a la experiencia de cliente.

SERVICIOS GESTIONADOS



Metodología de implantación - Modelo de gestión - Analítica operativa - Modelo de negocio

Contamos con equipos profesionales expertos en gestionar entornos altamente productivos.

MISIÓN, VISIÓN Y VALORES



Misión

Marktel es una organización FULL BPO que aporta la mejora de los procesos de negocio mediante innovación, la consultoría y la transformación para proporcionar la excelencia en el ámbito del Customer Experience, aportando valor a empleados, clientes, accionistas y al conjunto de la sociedad.



Visión

Ser el socio de referencia de nuestros clientes y de sus procesos de negocio.



Valores

- Transparencia.
- Eficacia y profesionalidad, tanto personal como corporativa.
- Integridad y confianza.
- Responsabilidad medioambiental.
- Compromiso.
- Innovación.
- Desarrollo sostenible.

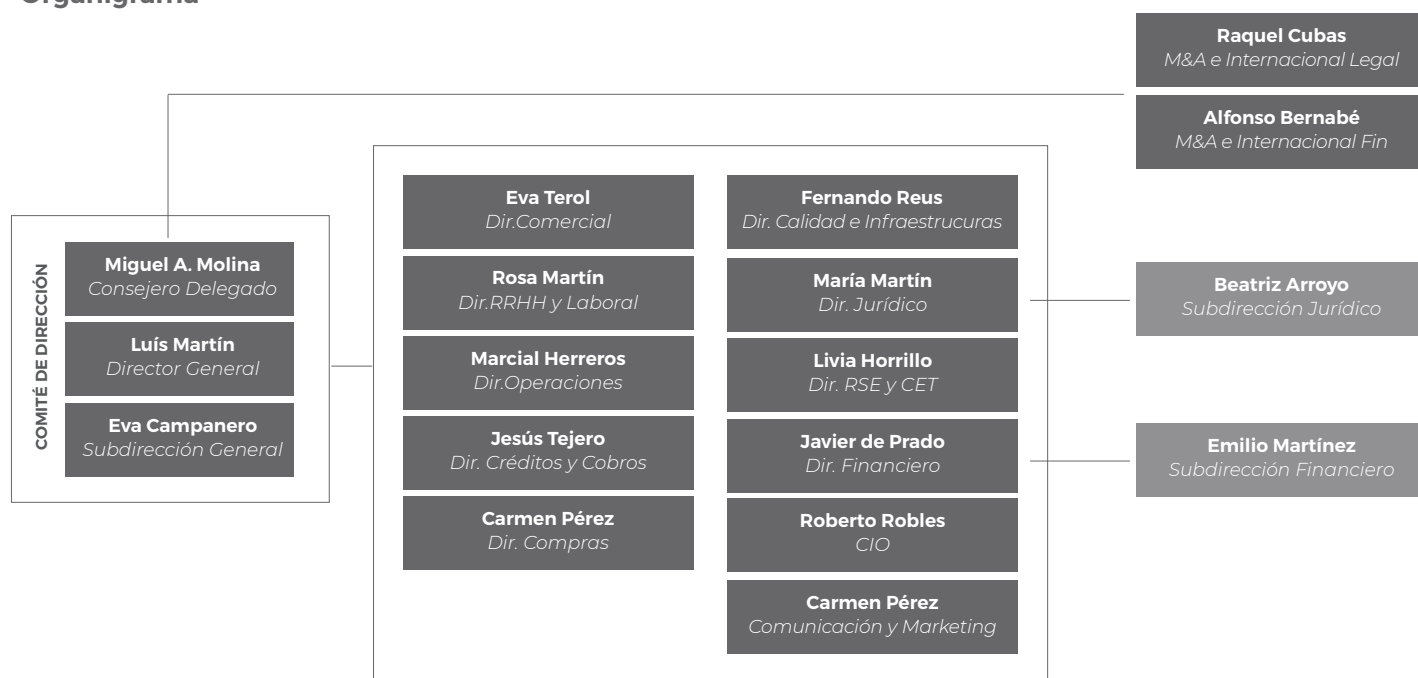
ORGANIGRAMA Y EQUIPO

Consejo de Administración

José María López de Horrillo
Livia Horrillo Grande
Ángel Castillo
Vanda Grande
Miguel Ángel Molina
Francisco Esteve Romero
Alberto Ferrer Oliva
Pilar González de Frutos

Presidente
Vicepresidenta
Secretario
Consejera dominical
Consejero Delegado
Consejero independiente
Consejero independiente
Consejero independiente

Organigrama



Comités Corporativos

Comité de RSE
Comité de Igualdad
Comité de Cumplimiento
Comité de Seguridad y Salud

Afiliaciones a entidades del sector u otras asociaciones

Pacto Mundial de las Naciones Unidas. España
Asociación Española de Expertos en Relaciones con el Cliente (AEERC)
Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC)

NUESTRAS CIFRAS

4. Nuestras cifras

Dimensión Económica

	2020	2019	2018
Resultado antes de Impuesto de Sociedades	4.528.637,70	1.737.750,06	1.178.198,93
Impuestos sobre beneficios pagados	-812.950,73	-352.553,36	-66.485,83
Subvenciones y donaciones	123.294,95	152.049,75	116.077,50

Dimensión Social

	2020	2019	2018
Número de empleados	5.582	4.437	4.059
Porcentaje de Mujeres	61%	54%	59%
Horas de Formación	241.713	63.897	46.398

Dimensión Ambiental

	2020	2019	2018
Emisiones atmosféricas (Tn de CO ₂ eq)	2,933	---	---
Consumo eléctrico (Kwh)	3752117	1978875	2463009
Residuos totales (Tn)	6,762	---	---

ANÁLISIS DE MATERIALIDADES Y POLÍTICAS

5. Análisis de materialidades y políticas

5.1. 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:



**SOCIOS Y
ACCIONISTAS**



COMITÉ DE DIRECCIÓN



CLIENTES



PROVEEDORES
(Críticos / No críticos)



EMPLEADOS
(Operaciones / Estructura)



**REPRESENTANTES
DE LOS TRABAJADORES**



SOCIEDAD
(Entorno local / Entorno
empresarial / ONGs)



**AUTORIDADES Y
ADMINISTRACIÓN**

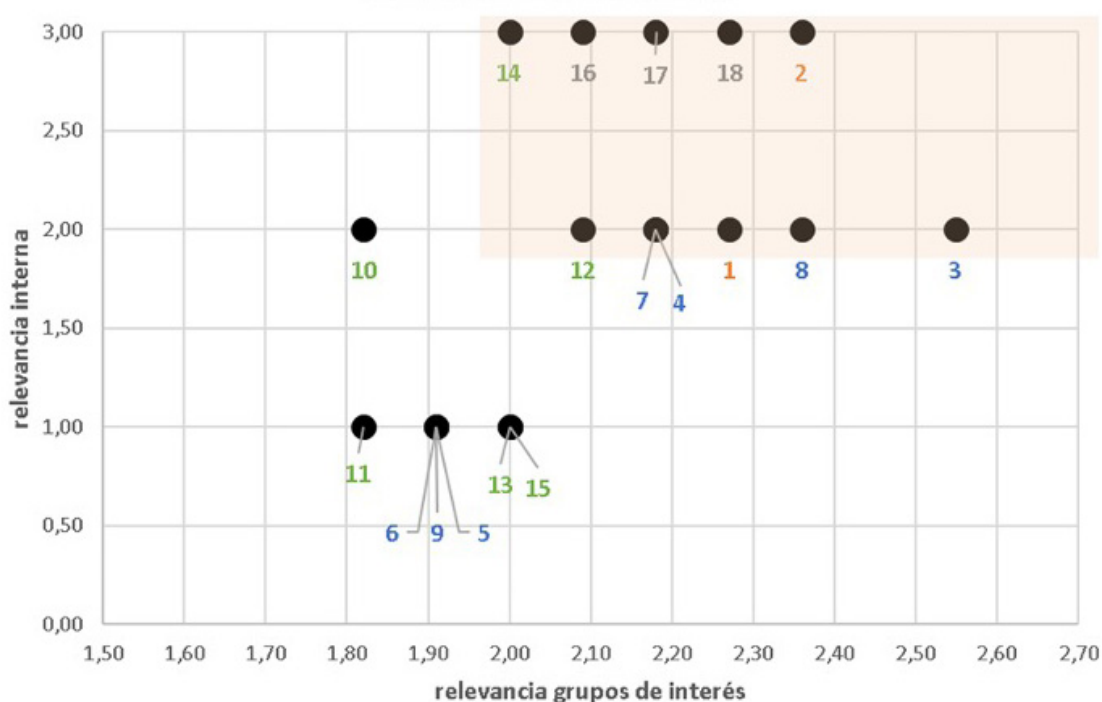
5.2. Materialidades

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

Derivado de este análisis se han podido determinar cuales son los principales riesgos y oportunidades de la organización.

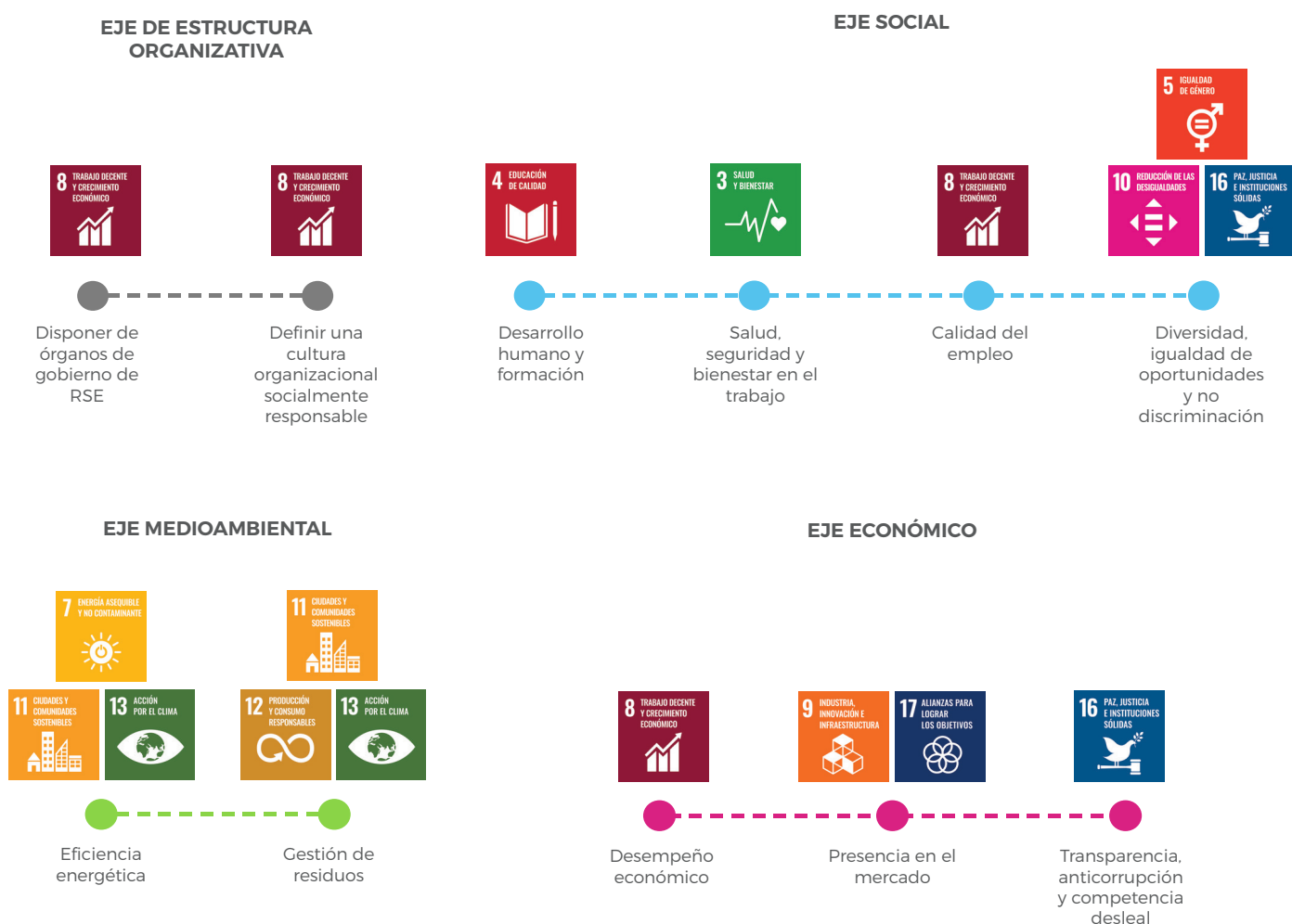
En este sentido, las principales cuestiones materiales más relevantes para las partes interesadas han sido analizadas, en términos de sostenibilidad en función de la metodología de análisis de riesgos y oportunidades que Marktel ha establecido.

Como resultado, las principales magnitudes, han sido durante 2020, las líneas principales de trabajo, a lo largo de este informe, se indica de manera pormenorizada el estado de consecución de los objetivos planteados para el año 2020. En este sentido, a lo largo del 2021, se continuará trabajando en los objetivos no cumplidos y en cuestiones de especial relevancia para nuestro activo más importante: las personas, asegurando así que las necesidades y expectativas razonables de nuestros principales grupos de interés se ven satisfechas a través de la actividad de la organización.

5.3. 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.



5.4. 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 aquellas:

- **Política del SIG:** Declaración de intenciones acerca del compromiso con la calidad de sus servicios, el medio ambiente, la gestión del riesgo, la seguridad en la información, la gestión de servicios IT y la continuidad de negocio. Dicho documento está disponible para todas las partes interesadas en la web de la organización. Así mismo, cualquier política específica a continuación relatada que derive de este documento general, puede solicitarse a la organización y será facilitada a quien la requiera.
- **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. Este documento está disponible para todas las partes interesadas internas a través de medio digitales y en diferentes zonas de la oficina.
- **Política de compras:** Describe las acciones para la homologación y evaluación de los proveedores, así como para la selección de estos, además de los criterios ambientales en compras. Todos nuestros proveedores han sido y son periódicamente informados de nuestra política de homologación y evaluación.
- **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. Los principios recogidos en esta política están disponibles a todas las partes interesadas a través del código ético.
- **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. Este documento está disponible para todas las partes interesadas internas a través de los medios digitales de los que dispone la organización.
- **Política de Gestión Ambiental:** Documento en el que se establecen las líneas de actuación en materia de gestión ambiental en un horizonte temporal de 3 años.

Marktel dispone de un Sistema Integrado de Gestión que comenzó en el año 2004 con la certificación en la norma de Calidad. Desde aquel primer momento, el compromiso de la organización en este sentido continuó creciendo y se añadió a su sistema la certificación en la norma ISO 31000, Sistema de Gestión de Riesgos (antigua EA 0031), a esta dupla, se unió la norma de Gestión Ambiental ISO 14001 e ISO 27001 Sistema de Gestión de Seguridad de la Información. Durante el año 2020 y durante el establecimiento del Estado de Alarma como consecuencia de la crisis del COVID-19, Marktel certificó su Sistema de Gestión de Continuidad de Negocio, dando respuesta inmediata y efectiva a las necesidades y expectativas de sus clientes en cuanto al aseguramiento de la continuidad de sus servicios en una situación tan compleja como la que se vivió en un primer momento y asegurando la continuidad del negocio y el establecimiento de planes y metodologías que aseguran la estrategia de la compañía en términos de continuidad. Por último, durante el último trimestre del 2020, Marktel se certificó, de la mano de AENOR en la norma ISO 20000-1 Sistema de Gestión de Servicio IT, que vino a consolidar su Sistema de Gestión, ateniendo a todas las perspectivas del negocio con el fin de asegurar un servicio de calidad y un crecimiento sostenible de la organización.

A lo largo del año 2020 se ha comenzado a implantar en la organización un Sistema de Gestión de Compliance Penal, basado en los principios del esquema ISO 19601 con el fin de asegurar el correcto cumplimiento legal de la organización fomentar un comportamiento éticamente responsable y asegurar las buenas prácticas de Marktel. Este sistema continúa actualmente implantándose y finalizará a lo largo del 2021.

El Sistema de Gestión Integrado emana directamente del Comité de Dirección de la organización, derivado del firme compromiso de este Órgano con una evolución favorable en la prestación de su actividad y buscando herramientas que aseguren un crecimiento de la organización alineada con las necesidades y expectativas de las diferentes partes interesadas, tanto internas, como externas.



CÓDIGO ÉTICO Y DE CONDUCTA

6. Código ético y de conducta

A lo largo del año 2020, se ha elaborado, aprobado y publicado el **código ético** de la organización. Este documento se ha publicado en la web de la organización y está disponible para todas las partes interesadas. Este código ha sido elaborado y aprobado por el área de RSE y en él, se establecen los principios de comportamiento ético y buena conducta de la organización.

Así mismo, está alineado con la estrategia de la organización, los 10 Principios de Pacto Mundial, los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la estrategia de Responsabilidad Social de la empresa.

Todas las partes interesadas que así lo deseen tienen a su disposición un **canal ético** donde pueden poner en conocimiento del Órgano de Cumplimiento cualquier ilícito que contravenga los principios recogidos en este documento a través de la dirección de correo electrónico canal.etico@grupomarktel.com. Desde Marktel aseguramos la confidencialidad de las denuncias presentadas a través de este medio y rechazamos las represalias que puedan sufrir los denunciantes, por ello, aseguramos su protección en aras de una gestión correcta. En ningún momento se solicitarán nombres o datos personales de los denunciantes, salvo si son expresamente necesario para la investigación del caso. Este canal está concebido no únicamente como un lugar en el que reportar posibles delitos, si no para asesorar en materia ética a quien así lo necesite.

El Órgano de Cumplimiento dispone de procedimientos internos para investigar todos los casos que entren a través de este canal.

Este mecanismo de comunicación se puso en marcha con la publicación del Código ético y a lo largo del 2020 no se ha recibido ningún tipo de denuncia a través de este canal, así mismo, tampoco se ha recibido ninguna solicitud de asesoramiento en materia ética o legal.



DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL

7. Dimensión medioambiental

7.1. Enfoque de precaución

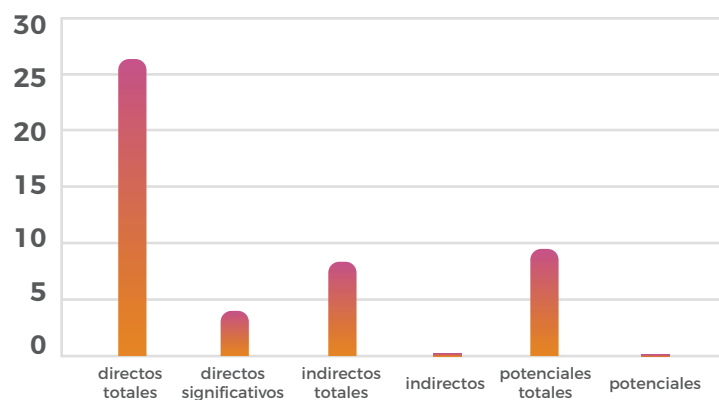
La gestión ambiental de la organización se basa en el principio de precaución, con un enfoque basado en la gestión del riesgo en referencia a la planificación de la operación ante el lanzamiento de nuevos servicios. Para ello, desde el seno de la organización se lleva a cabo una Evaluación de los Aspectos Ambientales, tanto directos, como indirectos y potenciales, alineándose con los principios del análisis del ciclo de vida para los servicios a fin de tener en cuenta todas las etapas que forman la prestación del servicio y que de un modo u otro pudieran tener un impacto sobre el medio ambiente.

Esos aspectos son identificados y evaluados en función de lo indicado en los procedimientos internos del Sistema Integrado de Gestión.

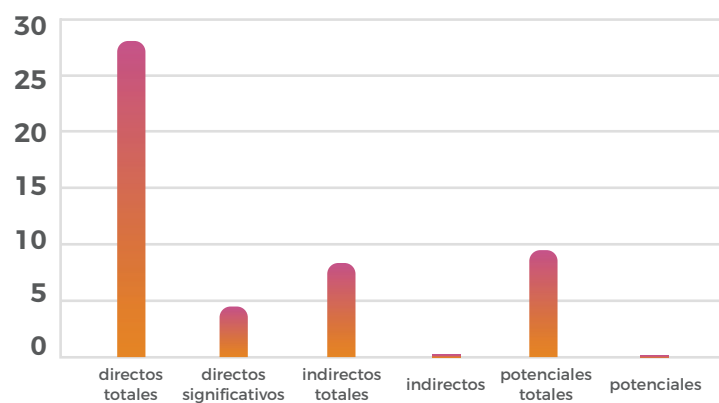
En este sentido, Marktel ha identificado un aspecto ambiental directo significativo y ninguno indirecto o potencial. No obstante, este análisis periódico asienta los principios rectores del sistema de gestión ambiental y trabajamos de manera preventiva y proactiva, no solo en un causar impactos dañinos o irreversibles en el medio que nos rodea, si no para intentar contribuir en la mejora del medio ambiente.

A continuación, se muestra la evolución del análisis de aspectos ambientales desde el año 2018 habiendo conseguido una disminución en cuanto a los aspectos ambientales significativos, lo que indica una mejora en la gestión ambiental de la organización.

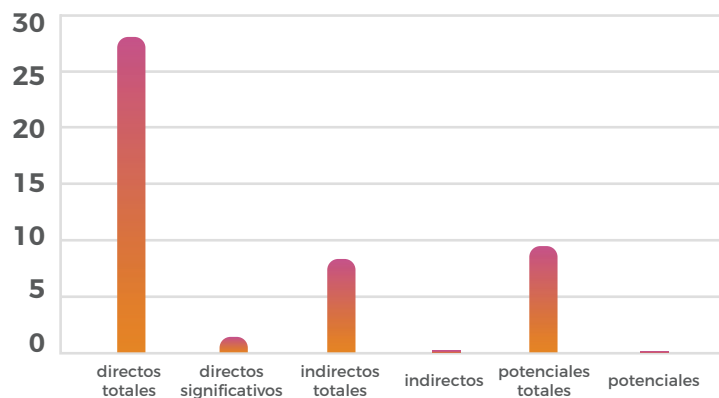
2018



2019



2020



7.2. Consumo energético

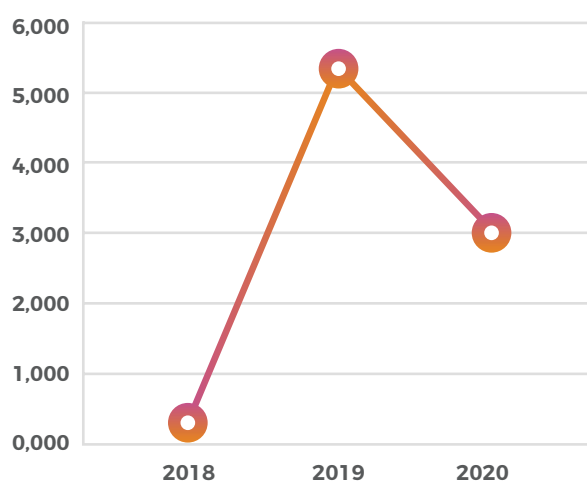
El consumo energético total de Marktel para el año 2020 ha sido de: **2464513 Kwh.**

A continuación, se detallan las fuentes de consumo no renovables:

	2018	2019	2020
L	139	1953,5	1092
Kg de CO2	376,412	5290,078	2933,112
Julios/ Año	14688*10 ⁵	14688*10 ⁵	56016*10 ⁵
Tn de CO2 eq	0,376	5,290	2,933
Ratio Kw /h /empleado	8,376*10 ⁻³	7,662*10 ⁻³	2,322*10 ⁻³

1. Factor de emisión: Factores de emisión. Registro de huella de carbono, compensación y proyecto de Dióxido de Carbono. Fuente: Ministerio para la Transición Ecológica. Abril 2021 para Gasóleo tipo B.
2. Se lleva a cabo un recalcu en las dimensiones para los años 2018 y 2019 al cambiar el documento fuente de estudio.
3. Durante el año 2018 únicamente se calculaban emisiones asociadas al consumo de Gasóleo de Grupos electrógenos de una localidad en la que Marktel dispone de espacios de trabajo.
4. Los datos que se remiten son exclusivamente de las sedes de España al no haber grupos electrógenos en las sedes ubicadas internacionalmente.

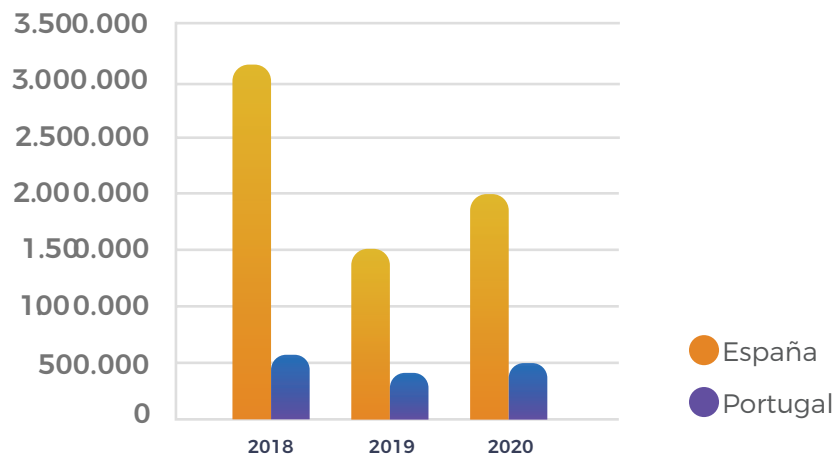
Tn de CO² eq. para consumo de combustible de fuentes de energía no renovables



Consumo Eléctrico (kwh)			
	2018	2019	2020
España	3226874	1537650	1984783
Portugal	525243	441226	478225
Tn de CO2 eq	0	0	0

El dato de Tn de CO2eq. es igual a cero debido a que, la energía proveniente de las empresas distribuidas tiene un factor de emisión del mix eléctrico igual a 0. Dato obtenido del documento Factores de Emisión. Registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido de carbono. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. Abril 2017. Versión 17.

Evolución consumo eléctrico de Marktel (kw)



El ratio de consumo/empleados en total para la organización a lo largo de los tres últimos años se distribuye de la siguiente manera:

	2018	2019	2020
Consumo total	3752117	1978875	2463009
% Reducción	---	-47,26%	-34,36%
Empleados	4059	4437	5582
Ratio consumo/ empleado (kw)	924	446	441

Para el cálculo de % de reducción de consumo energético, se utiliza como año base el 2018 al ser el primero en el que se comienza a reportar información de esta tipología de la organización.



Del mismo modo que en el año 2019, se continua con una tendencia de reducción respecto al año base de cálculo. En este sentido, la organización continúa implantando medidas que mejoren las ratios de consumo a través de las siguientes iniciativas:

- Selección de comercializadoras eléctricas más eficientes.
- Procesos de criterios ambientales en la selección de equipos e infraestructuras.
- Estudios de eficiencia energética de la organización.
- Concienciación de los empleados.
- Uso de luminarias LED con mayor vida útil que los fluorescentes tradicionales.

7.3. Emisiones

Marktel, calcula el impacto derivado de su actividad causado por las emisiones atmosféricas. A continuación, se muestran los datos obtenidos durante el año 2020 asociado a cada uno de los alcances según lo indicado en la metodología para el cálculo del Estándar GRI. Los datos facilitados engloban tanto las sedes de la organización a nivel España y Portugal. El total de las emisiones atmosféricas para el año 2020 de Marktel es de 2,933 Tn de CO².

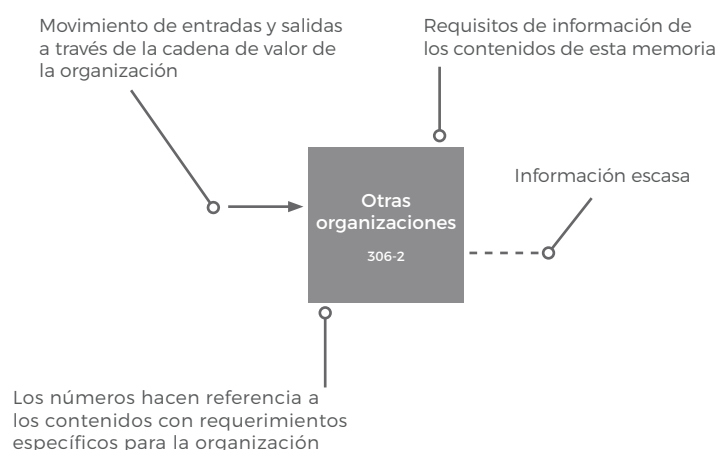
	Tn de CO ² eq.
Alcance 1	2,933
Alcance 2	0
Alcance 3	---
Intensidad de las emisiones GEI	5,25*10 ⁻⁴ Tn de CO ² eq./ empleado

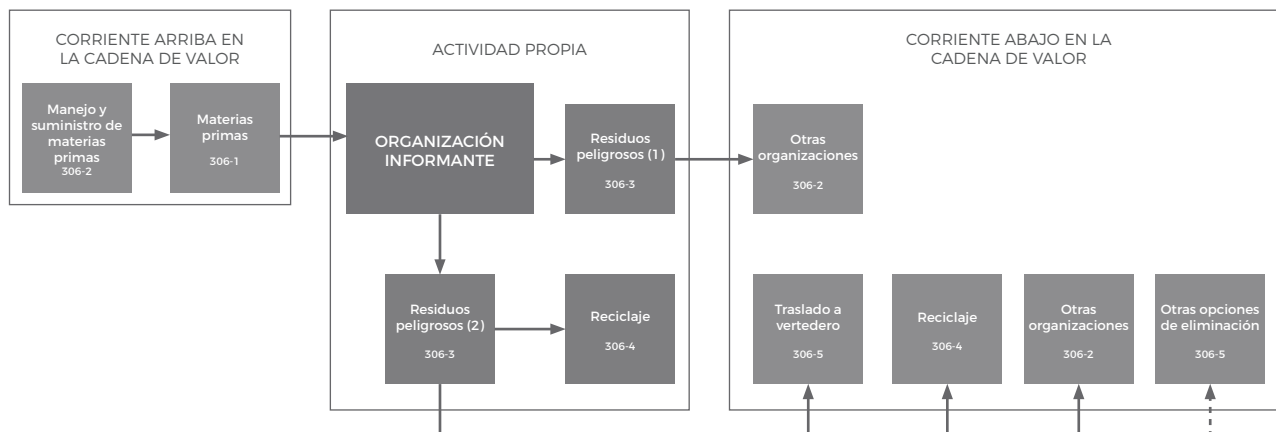
1. Alcance 1: Se incluyen las fuentes que son controladas o son propiedad de la empresa. Combustión fija derivada de la quema de combustible en grupos electrógenos y emisiones fugitivas de gases refrigerantes de los equipos de aire acondicionado.
2. Alcance 2: Consumo de energía eléctrica.
3. Alcance 3: La organización no reporta datos al no considerarlas significativas para el total de emisiones atmosféricas.
4. Para el cálculo de la intensidad de las emisiones GEI, se tienen en cuenta el Alcance 1 y el Alcance 2. El denominador es el total de empleados para la organización en el año 2020 en España y Portugal.

7.4. Gestión de residuos

Marktel dispone de un Sistema de Gestión de Residuos, que continúa implantándose y mejorando para obtener información válida que ayude a la organización a minimizar su impacto sobre el medioambiente en este sentido.

Para conocer más profundamente los puntos de generación y tratamientos que se están llevando a cabo, se ha llevado a cabo un mapeo del proceso de generación de residuos completo, teniendo en cuenta la corriente arriba en la cadena de valor, es decir, la provisión de materias primas requeridas para la prestación del servicio por parte de los proveedores de la organización, la propia actividad de Marktel, en la que se generan residuos peligrosos y no peligrosos y la corriente abajo en la cadena de valor, haciendo referencia a los diferentes tratamientos que se le da a cada uno de los residuos. En el siguiente flujograma se presenta el proceso al completo:





Marktel dispone de un proceso de homologación y evaluación de proveedores a fin de poder asegurar que aquellos gestores que se responsabilizarán de la recogida y gestión de los residuos generados por la propia actividad de la organización lo harán conforme a los requisitos legales, las políticas ambientales de la compañía y cualquier otro requisito concreto que pudiera requerirse para la prestación de la actividad concreta.

A fin de asegurar un correcto control de la gestión de los residuos, la organización dispone de un Control Operacional Ambiental, alineado tanto con los requisitos de ISO 14001 como de los requisitos legales en materia de gestión de residuos que le son de aplicación. En este sentido, de manera periódica, todas las partes interesadas internas reportan información a los Responsables del proceso de los insumos generados y de cualquier gestión que se lleva a cabo de los mismos, obteniendo un conteo por sede de trabajo y tipo de residuo generado que permite aplicar medidas concretas en aquellos puntos donde se generen residuos que se desvíen de los niveles medios esperados y establecidos.

Como organización, controlamos y gestionamos los impactos derivados de la generación de los residuos. En este sentido, establecemos medidas y desarrollamos estrategias que contribuyan a la minimización de estos:

1. Selección de insumos y diseño de productos:
 - a) Mejora en los procesos de selección de los proveedores a través de los procesos de compras a fin de seleccionar aquellos que aporten productos o servicios que tengan en valor, desde el diseño, la vida útil, durabilidad, modularidad y reciclabilidad de los productos y servicios.
2. Innovación en el modelo empresarial:
 - a) Formulación de políticas de compras.
 - b) Formulación de políticas ambientales con vinculación directa y/o indirecta en la selección de los proveedores.
 - c) Establecimiento de esquemas y certificación de estos que aseguren la gestión correcta de residuos.
3. Intervención al final de la vida útil:
 - a) Mejora en la clasificación de los residuos.
 - b) Selección de proveedores adecuados para la gestión.
 - c) Implantación de procedimientos de interacción donde se involucren a diferentes partes interesadas con el fin de crear un sistema de gestión de residuos en el que todos los participantes sean conscientes de su impacto sobre el sistema y sean conocedores de las acciones que han de llevar a cabo para desarrollar un trabajo correcto.

RESIDUOS POR COMPOSICIÓN

COMPOSICIÓN DE LOS RESIDUOS	Residuos generados (Tn)	Destinados a eliminación (Tn)	No destinados a eliminación (Tn)
RAEES	0,122	0,122	0
Toner	0,090	0	0,090
Papel	6,55	6,55	0
Residuos totales (Tn)	6,762	6,762	0,090

RESIDUOS NO DESTINADOS A ELIMINACIÓN POR OPERACIÓN DE VALORACIÓN

RESIDUOS PELIGROSOS	EN LAS INSTALACIONES	FUERA DE LAS INSTALACIONES	TOTAL
Preparación para la reutilización	0	0	0
Reciclado	0	0	0
Otras operaciones de valorización	0	0	0
Total (Tn)	0	0	0
RESIDUOS NO PELIGROSOS			
Preparación para la reutilización	0	0	0
Reciclado	0,525	0	0,525
Otras operaciones de valorización	6,237	0	6,237
Total (Tn)	6,762	0	6,762

DIMENSIÓN SOCIAL

8. Dimensión social

La diversidad de los perfiles de los profesionales que componen Marktel es un rasgo característico del equipo, que aúna personas de diferentes edades, nacionalidades, sexos, formación previa... etc. La compañía procura aprovechar las distintas capacidades de los profesionales y sacar el mayor partido al talento individual de cada trabajador.

Así mismo, la gran transformación del sector de servicios y outsourcing, demandan de nuevos conocimientos y habilidades que deben adquiridos y aplicados 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.

DATOS DESTACADOS:



MÁS DE 5.500 TRABAJADORES



61 % MUJERES



HORAS DE FORMACIÓN 241.713

El Eje social es sin duda una de las áreas que ha tenido más peso en el estudio de materialidades llevado a cabo por Marktel. Los aspectos que han destacado en esta faceta y que guían la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial son:

DESARROLLO HUMANO Y FORMACIÓN



SALUD, SEGURIDAD Y BIENESTAR EN EL TRABAJO



CALIDAD DEL EMPLEO



DIVERSIDAD, IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y NO DISCRIMINACIÓN



8.1. Capital humano 2020

TOTAL PLANTILLA: **5.582**

Distribución por país



Distribución por sexo



3.426 mujeres (61% del total)



2.156 hombres (39% del total)

(Hay 1,59 mujeres contratadas por cada hombre)

En el equipo de dirección también existe una importante presencia del género femenino, siendo la distribución por géneros en este nivel el que se refleja en esta tabla:

EQUIPO DE DIRECCIÓN	NÚMERO
femenino	6
masculino	4

Distribución por tipo de contrato



contratos
temporales



contratos
indefinidos



790 contratos indefinidos



373 contratos indefinidos

Distribución por jornada



contratos
jornada completa



contratos
jornada parcial

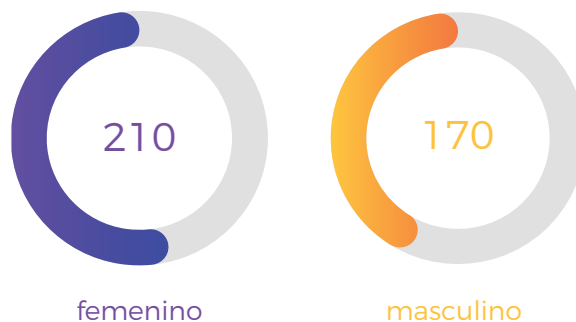
Contrataciones anuales

Nuevos contratos año 2020

PAÍS	FEMENINO	MASCULINO	TOTALES
España	2239	1394	3633
Portugal	512	365	877
			4510

Índice de 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, la 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 8%.



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.

A continuación se reflejan las remuneraciones medias por categorías. Las diferencias reflejadas son tomadas en función de diversas variables, como por ejemplo el % de jornada trabajado.

ESPAÑA		
PUESTO	SEXO	2020
Teleoperador	♀	11.369,57 €
	♂	11.748,87 €
Tel. Especialista	♀	12.757,02 €
	♂	13.543,80 €
Gestor	♀	13.807,93 €
	♂	15.002,35 €
Coordinador	♀	15.074,11 €
	♂	15.820,11 €
Supervisor B	♀	17.867,46 €
	♂	16.463,04 €
Supervisor A	♀	16.415,10 €
	♂	17.360,39 €
Jefe/ Responsable	♀	24.576,90 €
	♂	31.009,09 €
Tec. Administrativo	♀	17.867,46 €
	♂	16.476,25 €
Mantenimiento	♀	
	♂	14.611,10 €

PORTUGAL

PUESTO	SEXO	2020
Back Office	♀	10.352,50 €
	♂	10.343,00 €
Coordinador	♀	12.000,00 €
	♂	12.000,00 €
Force Desk	♀	12.000,00 €
	♂	12.000,00 €
Formador	♀	12.000,00 €
	♂	12.000,00 €
Operador	♀	10.343,00 €
	♂	10.398,10 €
Recepcionista	♀	12.500,00 €
	♂	12.500,00 €
Resp. Servicio	♀	17.000,00 €
	♂	17.000,00 €
Supervisor	♀	14.000,00 €
	♂	14.000,00 €
Tec. Seleçao	♀	19.276,18 €
	♂	19.276,18 €
Tec. Desarrollo	♀	24.655,96 €
	♂	24.655,96 €
Tec. Informático	♀	15.000,00 €
	♂	15.000,00 €
Tec. Rec. Humanos	♀	10.343,34 €
	♂	10.343,34 €

(Para conocer los salarios de aplicación desglosado por sexo consultar tablas incluidas en la [nota aclaratoria](#)).

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.

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

En el ejercicio 2020, 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.

8.2. Organización del trabajo

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, Marktel cuenta con 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.

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.

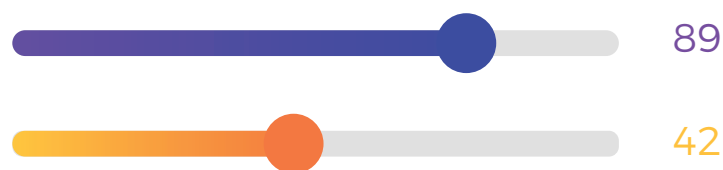
Marktel apuesta por el equilibrio entre la vida profesional y personal mediante la aplicación de medidas de flexibilización laboral, servicios y benéficos adaptados a las necesidades de los empleados, por un lado, desde el cumplimiento de la legalidad vigente en los Convenios Colectivos y Estatuto de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

En las siguientes tablas reflejamos los permisos de maternidad/paternidad disfrutados en el año:

Nº DE EMPLEADOS QUE HAN COGIDO EL PERMISO PARENTAL



Nº DE EMPLEADOS QUE HAN REGRESADO TRAS EL PERMISO PARENTAL



En los casos de suspensión del contrato de trabajo por nacimiento, adopción, guarda con fines de adopción y acogimiento, será de aplicación lo dispuesto en los apartados 4, 5, 6 y 7 del artículo 48 del TREF.

A partir del 1 de enero de 2021 cada progenitor, adoptante, guardador o acogedor disfrutarán de idéntico periodo de suspensión.

Promoción interna

Marktel favorece la promoción interna compartiendo con el personal las vacantes internas que surgen en las distintas áreas. Fruto de esta labor de promoción interna, y del trabajo conjunto del área de RRHH y de Operaciones, muchos de los puestos de coordinación, supervisión, jefes de servicio o formadores, son cubiertos internamente por personal que cuenta con las competencias adecuadas, su trayectoria en la empresa es favorable y tiene deseos de crecimiento.

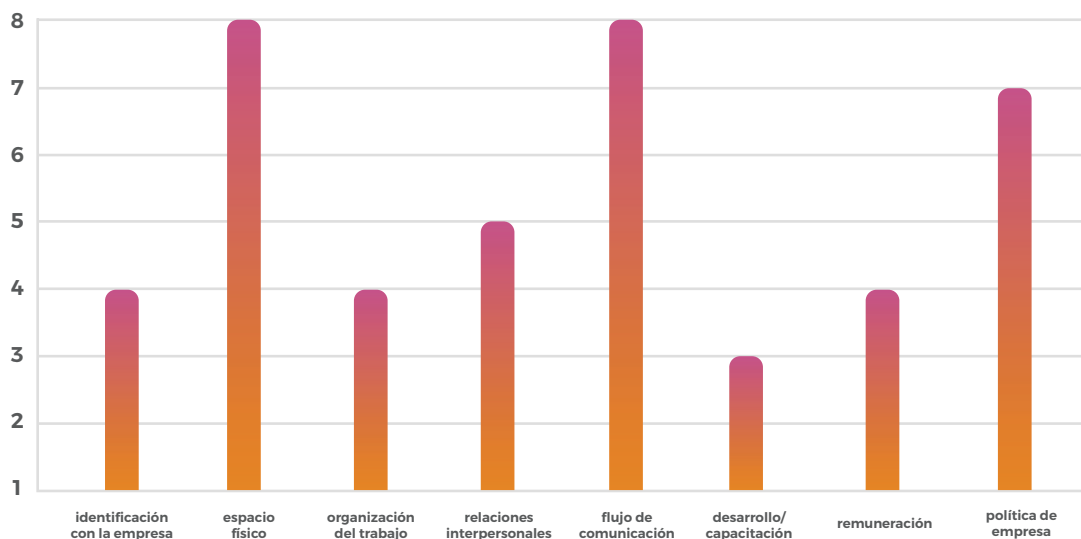
En el año 2020, **60 trabajadores/as fueron promocionados**.

Estudio de clima laboral

Actualmente, uno de los principales objetivos del departamento de Recursos Humanos de Marktel es gestionar el ambiente laboral, entendido como un conjunto de condiciones materiales, servicios y recursos puestos a disposición de los empleados para el desempeño de su trabajo.

A través de la encuesta de clima laboral en el año 2020 ha sido posible evaluar el grado de satisfacción laboral o comodidad del empleado con la empresa. Esta herramienta ha proporcionado una imagen de la percepción de los trabajadores sobre cuestiones como el trabajo, las tareas que desempeñan, aspectos físicos de su puesto de trabajo, la calidad del entorno, etc.

Los resultados de la encuesta desglosados por cada uno de los aspectos evaluados es la siguiente (escala de 1 a 8 en cuanto a la satisfacción que percibe el empleado):



Una vez analizados los cuestionarios recibidos, podemos señalar que actualmente los trabajadores de Marktel gozan en líneas generales, de un ambiente de trabajo favorable.

8.3. Seguridad y salud

Durante el año 2020, hemos vivido la peor crisis sanitaria de la historia reciente, lo que nos ha obligado a introducir numerosos cambios y adaptaciones en el mundo laboral. Durante todo este tiempo, la gestión de la prevención de riesgos laborales ha tenido que adaptarse a la situación excepcional causada por la COVID-19.

En medio de la emergencia sanitaria por la que atraviesa el mundo es evidente que tanto empleadores como trabajadores tienen un papel fundamental y protagonista en la prevención de riesgos en el trabajo. Nos hemos visto obligados a enfocar y dirigir todo nuestro empeño prevencionista hacia la protección de nuestro personal frente al coronavirus.

Desde el momento en el que la pandemia fue declarada y se propagó de forma indiscriminada, nos vimos obligados a aplicar un nuevo sistema de trabajo en cuestión de días. Nuestro principal propósito era proteger la salud de nuestros empleados y sus familias, sin paralizar además el servicio que ofrecemos.

Para ello se ha implantado un completo **sistema de gestión y seguridad y salud en el trabajo** que constituye un plan de contingencia o protocolo general de seguridad y salud que recoge las medidas que asume la empresa para evitar el riesgo de contagio a las personas trabajadoras una vez se vuelva a los centros de trabajo.

En todo este contexto, la adaptación y flexibilización del puesto de trabajo supuso un gran reto para nosotros y un cambio importante en el modelo de negocio. Esta renovación del modelo laboral estuvo acompañada de medidas a implementar en las empresas para evitar o reducir el riesgo de contagio del virus.

Frente a la pandemia mundial de la covid-19, muchos trabajadores han cambiado a modalidades de trabajo remoto, **teletrabajo** y otras variantes que buscan sustituir el trabajo en las oficinas y hacerlo desde casa.

El distanciamiento social de mínimo dos metros, el uso de mascarillas, el lavado frecuente de manos y la aplicación de otras medidas de seguridad pertinentes en el puesto de trabajo, así como la adquisición de material de protección, eran algunas de las medidas que debían tomarse como prioritarias para garantizar la protección de la salud y la seguridad de las personas.

El protocolo de medidas preventivas y técnicas incluye una serie de pautas que regulan varios ámbitos:

- El desplazamiento a los centros de trabajo de manera segura.
- Control de accesos al centro de trabajo.
- Medidas para la convivencia segura en el trabajo presencial.
- La entrega y utilización de equipos de protección individual.
- Implantación de medidas de higiene personal.
- Medidas de desinfección de lugares y equipos de trabajo.
- Medidas de información y formación del personal.

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 2020 es la siguiente:

	ÍNDICE DE ABSENTISMO	FRECUENCIA DE ACCIDENTES	GRAVEDAD DE ACCIDENTES	ACCIDENTES CON DÍAS PERDIDOS	ENFERMEDAD PROFESIONAL
Hombres	11,89%	0,33	Leves	1,4	0
Mujeres	16,98%	0,41	Leves	1,6	0

8.4. 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.

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.

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.

8.5. Formación

Marktel ha realizado una importante inversión en formación en el año 2020 especialmente centrada en la formación operacional, pero también complementaria relacionada con la mejora de las competencias profesionales del personal.

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 e incluye 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.

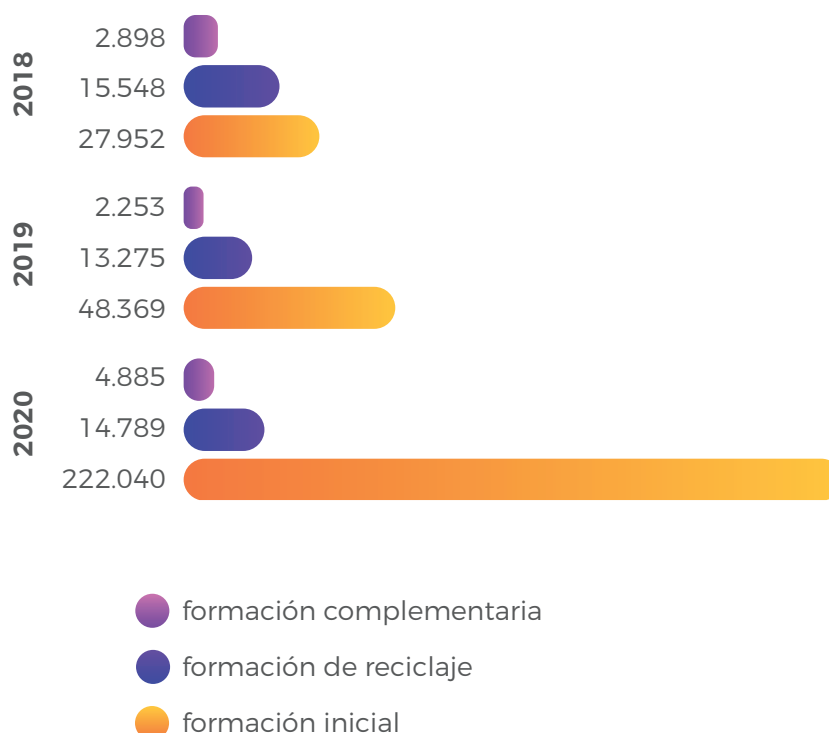
Esta petición es recogida por el Responsable de Formación que se encarga de buscar las ofertas formativas más adecuadas a las necesidades detectadas, de coordinar la puesta en marcha con las distintas áreas, de velar por el buen desarrollo de los cursos hasta su finalización y de comprobar la eficacia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

A continuación, se recogen las **formaciones impartidas en el año 2020** en nuestras diferentes sedes según el **tipo de formación**:

TIPOS DE FORMACIÓN	MADRID	VALENCIA	ALBACETE	ELVAS	TOTALES
Formación inicial	75.864	124.084	7.788	14.304	222.040
Formación de reciclaje	3.794	5.702	168	5.125	14.789
Formación complementaria	2.730	1.975	180	-	4.885
					241.713

Las **horas de formación por área** impartidas en el año 2020 serían las siguientes:



En los últimos años se están implantando nuevas herramientas de medición destinadas a mejorar el registro de la información reflejada en estas memorias. Algunas de las diferencias reflejadas en la comparativa anual anterior es debida a ello.

FORMACIÓN OPERACIONAL	MADRID	VALENCIA	ALBACETE	ELVAS	TOTALES
Formación inicial	75.864	124.084	7.788	14.304	222.040
Formación de reciclaje	3.794	5.702	168	5.125	14.789
Formación complementaria	275	1.975	180	-	2.430

FORMACIÓN ESTRUCTURA	MADRID	VALENCIA	ALBACETE	ELVAS	TOTALES
Formación inicial	-	-	-	-	-
Formación de reciclaje	-	-	-	-	-
Formación complementaria	2.100	265	90	-	2.455
					241.713

8.6. Accesibilidad universal

Un total de **73 personas** con discapacidad trabajan en Marktel a fecha 31/12/2020.

Además de la contratación directa de personas con diversidad funcional, 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.

8.7. Igualdad

El año 2020 se ha continuado aplicando el **Plan de Igualdad** creado el año anterior, 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.

Así mismo, en el año 2020, continúa aplicándose **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.



INFORMACIÓN SOBRE LOS DERECHOS HUMANOS

9. Información sobre los Derechos Humanos

Para impulsar iniciativas alineadas con los derechos humanos enmarcadas en las acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de Marktel, se ha creado el **Comité de RSE**. Este comité se reúne trimestralmente y está compuesto por representantes de las principales áreas de la compañía, incluida parte de la alta dirección.

Desde aquí se ha elaborado una estrategia de RSE que establece las directrices generales para la gestión de las dimensiones ambiental, social, económica y de gobernabilidad de la compañía en torno a los cuales giran los objetivos específicos y las acciones para alcanzarlos.

En un intento para ir un paso más allá en la sostenibilidad empresarial, Marktel ha alineado sus objetivos en el ámbito de la RSE con los 10 Principios rectores de Pacto Mundial y con los Objetivos de Desarrollo Sostenible planteados en la Agenda 2030.

Compromisos MARKTEL 2020

Estructura Organizativa

Disponer de órganos de gobierno de RSE

- Constitución del comité RSE

Principio 1

Definir una cultura organizacional socialmente responsable

- Aprobar reglamento funcionamiento comité RSE

Principio 2

Principio 3

Principio 4

Principio 6



Eje Social

Desarrollo humano y formación

- Elaborar metodología de evaluación del desempeño.

Principio 3

Salud, seguridad y bienestar en el trabajo

- Incrementar la inversión en formación destinada al personal.

Principio 4

Calidad del empleo

Principio 6

Diversidad, igualdad de oportunidades y no discriminación

- Implantar un sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo

- Realizar encuesta de clima laboral para conocer el grado de satisfacción del personal.



Eje Medioambiental

Eficiencia energética

- Ampliar el alcance del sistema de gestión ambiental (ISO 14001)

Principio 7

Gestión de residuos

Principio 8

Principio 9



Eje Económico

Desempeño económico

- Elaborar informe de información no financiera incluyendo objetivos vinculados con la RSE de la empresa

Principio 2

Presencia en el mercado

Principio 10

Transparencia, anticorrupción y competencia desleal

- Establecer estructura y canales de comunicación del área RSE a nivel interno y externo a la empresa



Objetivo cumplido



Objetivo en curso (previsto para el próximo año)



Objetivo no alcanzado

Marktel ha renovado en 2020 su compromiso con la iniciativa de UN Global Compact de Pacto Mundial. Nuestra compañía está adherida a este compromiso desde el año 2014 y anualmente remite un Informe de Progreso donde refleja su nivel de consecución de objetivos vinculados a los ODS.

El comportamiento ético es uno de los pilares fundamentales de Marktel y se regula por **el Código Ético** actualizado este año por el Comité de RSE 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. Así mismo, respalda explícitamente la eliminación de toda forma de trabajo forzoso, trabajo infantil o realizado bajo coacción.

Durante 2020 no se ha recibido ninguna denuncia por vulneración de los derechos humanos.



LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO

10. Lucha contra la corrupción y el soborno

A lo largo del año 2020, se ha implantado en la organización un Sistema de Gestión de Compliance, basado en el estudio de los riesgos a los que se enfrenta Marktel en referencia a posibles riesgos recogidos en el código penal, entre los que se encuentran aquellos ilícitos relacionados con la corrupción y el soborno.

Como mecanismo preventivo y proactivo, la organización ha informado a todas sus partes interesadas respecto a la directrices a seguir en materia de lucha contra la corrupción y el soborno dentro de su código ético además de desarrollar políticas y procedimientos que previenen dichos comportamientos



COMPROMISO SOCIAL

11. Compromiso social

11.1. El impacto en el empleo y el desarrollo local

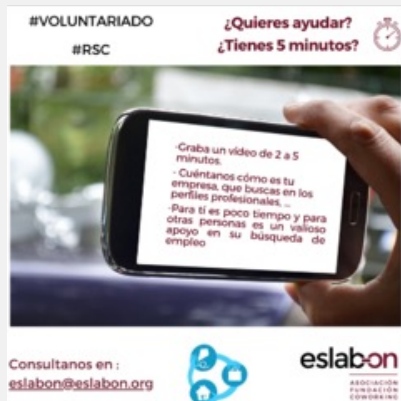
Marktel apoya y contribuye al desarrollo sostenible de las comunidades locales donde se encuentra presente aportando valor a la sociedad y favoreciendo el estado de bienestar. En su proceso de expansión con la apertura de sus distintas sedes en España y Portugal, ha mantenido un diálogo continuo y plural con autoridades, organismos públicos y otros grupos.

Su presencia en los diferentes puntos geográficos 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.

- Generar empleo con salarios justos en el entorno social donde Marktel ejerce su actividad. Durante el año 2020 ha habido un promedio de 4.500 contratos de trabajo.
- Aplicación de medidas que faciliten la conciliación de la vida laboral y familiar de sus empleados acogidas en los distintos convenios colectivos de aplicación y en el plan de igualdad.
- 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: Más de 240.000 horas de formación impartidas en 2020.
- Desarrollar procesos de promoción interna a sus trabajadores para que desarrollen al máximo su potencial y talento. En el año 2020 hubo 60 promociones internas.
- 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. En el año 2020 se ha comenzado a ampliar el alcance de la ISO 14.001 en materia de medioambiente.
- Colaboración con proyectos comunitarios (acción social), a través de la formación gratuita, patrocinios y voluntariado corporativo.

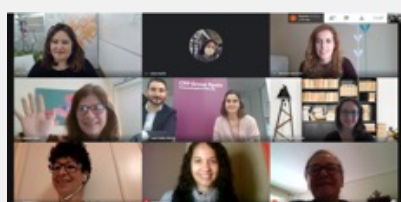
Marktel realiza cada año iniciativas de voluntariado corporativo en colaboración con entidades sociales, como una forma de promocionar la ciudadanía responsable entre nuestros trabajadores.

El año 2020, marcado por la crisis sanitaria provocada por la pandemia de Covid-19, ha impedido que se puedan llevar a cabo varias de las iniciativas sociales previstas, supliendo éstas por otro tipo de colaboraciones no presenciales en la que la salud de los voluntarios y usuarios estuviera garantizada.



Marktel ha colaborado con la Asociación Eslabón (Red Cauces) impulsando un voluntariado corporativo en el que trabajadores de nuestros equipos de formación, supervisión y recursos humanos han elaborado vídeos que han servido como píldoras formativas para las personas en riesgo de exclusión que participan en programas de inserción sociolaboral de la Asociación.

Aunque este tipo de voluntariados se ha llevado a cabo en otras ocasiones de manera presencial, dada la situación de excepcionalidad, tanto la entidad colaboradora como Marktel, han buscado la manera de continuar facilitando este apoyo a los usuarios haciendo uso de las nuevas tecnologías.



Marktel y Fundación Progresía participan en el ENCUENTRO ENTRE TRABAJADORAS Y EMPRESARIAS organizado por Fundación Mujeres.

En este encuentro virtual varias empresas nos reunimos para asesorar a un grupo de usuarias de la Fundación Mujeres sobre: "¿Qué buscan las empresas en los procesos de selección?".

El objetivo del Encuentro ha sido potenciar la construcción de referencias empresariales femeninas y el liderazgo sectorial de las mujeres, identificando y apoyando el talento femenino para la representatividad empresarial.



Marktel subvencionó el dorsal de 112 trabajadores de todas las sedes que participaron en la carrera virtual a favor de la lucha por la esclerosis múltiple.

Con ello logramos una recaudación de 560€ directamente invertidos en la Fundación para la lucha contra la esclerosis múltiple de Madrid.

Esta iniciativa se realizó de manera virtual quedando registrado el recorrido de cada corredor en la APP que la fundación habilitó para el evento.

Con esta actividad se pretendía recaudar fondos para una buena causa y fomentar la instauración de hábitos saludables entre el personal.



11.2. Gestión responsable de la cadena de suministros

La organización cuenta con un Sistema de Gestión Integrada. 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 y de buen gobierno.

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 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).

11.3. 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 las cifras más relevantes en el ejercicio 2020, son las siguientes:

CONCEPTO	ESPAÑA	PORTUGAL
Resultado antes del Impuesto de Sociedades	4.270.955,28	257.682,42
Impuesto sobre beneficios pagado	-812.950,73	0,00

El Grupo ha obtenido subvenciones por importe de 123.294,95 € durante el año 2020.

ANEXO 1

Anexo 1

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

GENERAL			
GRI	RESUMEN	COMENTARIO	PÁGINA
102-1	Nombre de la organización	Ecu Consultores y Gestores, S.L. Marktel Global Services, S.A. MKT Out Sourcing, S.L. Infomarktel, S.L. Marktel Teleservicios, S.L. Marktel Servicios Globales, U.LDA	
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	Apartado 3: Sobre Marktel	5
102-3	Ubicación de la sede central	C/ Salvatierra, 5, 28034, Madrid, España	
102-4	Ubicación de las operaciones	Apartado 3: Sobre Marktel	5
102-5	Propiedad y forma jurídica	Ecu Consultores y Gestores, S.L. y sociedades dependientes.	
102-6	Mercados y servicios	Apartado 3: Sobre Marktel	4; 5; 6
102-7	Tamaño de la organización	Apartado 3: Sobre Marktel Apartado 8.1.: Capital Humano	5; 26-31
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	Apartado 8: Dimensión social	24-38
102-9	Cadena de suministro	Apartado: 11.2: Gestión responsable de la cadena de suministros	45
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de valor	Apartado 3: Sobre Marktel	5-9
102-11	Enfoque de precaución	Apartado 5.4.: Políticas Apartado 6: Código ético y de conducta Apartado 7.1.: Enfoque de precaución Los impactos actuales o futuros sobre la calidad del servicio y el medio ambiente han sido identificados y evaluados según lo estipulado en el Sistema integrado de Gestión de la Calidad y Medio Ambiente de Marktel. La naturaleza de nuestro negocio no requiere la dotación de provisiones y garantías para riesgos ambientales	14-16
102-12	Iniciativas externas	Apartado 7: Dimensión medioambiental Apartado 8: Dimensión Social Apartado 9: Información sobre DDHH Apartado 11: Compromiso social	16-23; 24-38; 39-41; 43-44

GENERAL			
GRI	RESUMEN	COMENTARIO	PÁGINA
102-13	Afiliación a asociaciones	Apartado 3: Sobre Marktel	4-6
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisión	Apartado 1: Carta de la dirección	3
102-15	Impactos, riesgos y oportunidades principales	Marktel, a través de su Sistema de Gestión, lleva a cabo de manera periódica un análisis de sus amenazas, debilidades, oportunidades y fortalezas siendo este documento la guía para la toma de acciones en el período concreto de análisis. Así mismo, la organización dispone de una metodología de identificación y análisis de riesgos, oportunidades y tratamiento de impactos. En este sentido, para el año 2020 los riesgos con mayor impacto para la organización fueron los relacionados con la pandemia. Para trabajar en el nivel de impacto, se desarrollaron estrategias que impulsaron las medidas de teletrabajo y protocolos de seguridad en la oficina a fin de asegurar la continuidad del servicio.	
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	Apartado 3: Sobre Marktel (misión, visión y valores) Apartado 5: Análisis de materialidades y políticas. Apartado 6: Código ético y de conducta Apartado 9: Información sobre los DDHH.	8; 11-14; 15; 39-41
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	Apartado 6: código ético y de conducta En el año 2020 Marktel no ha recibido ninguna denuncia ni solicitud de asesoramiento a través del canal ético.	15
102-18	Estructura de gobernanza	Apartado 3: Sobre Marktel (Gobierno corporativo y estructura de gobernanza)	7-8
102-19	Delegación de autoridad	El comité de RSE de Marktel está presidido por la vicepresidenta del consejo de administración de Marktel con lo que se asegura que el mismo conoce y supervisa las medida y políticas en materia de RSE que se promueven desde el comité.	
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	Apartado 4: Sobre Marktel (Gobierno corporativo y estructura de gobernanza)	7-8
102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	En el año 2020 se ha llevado a cabo un completo estudio sobre los aspectos de mayor relevancia para nuestros grupos de interés. En el caso de los grupos de interés internos se les envió a través de correo electrónico un formulario sobre materialidades para recopilar la información de mayor relevancia.	15
102-22	Composición del órgano máximo de gobiernos y sus comités	Apartado 4: Sobre Marktel (Gobierno corporativo y estructura de gobernanza)	9
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	Apartado 4: Sobre Marktel (Gobierno corporativo y estructura de gobernanza)	9
102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	Los miembros del Consejo de Administración son designados por los socios de la compañía.	
102-25	Conflictos de interés	Apartado 6: código ético y de conducta Apartado 10: lucha contra la corrupción y el soborno	15; 42
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección, propósitos, valores y estrategia	Carta de la dirección Apartado 3: Sobre Marktel (Gobierno corporativo y estructura de gobernanza)	3; 9
102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	El Consejo de Administración es informado periódicamente sobre los avances en el área de RSE, además parte de los miembros del Consejo forma parte del Comité de RSE que promueve la mayor parte de iniciativas y políticas en este ámbito.	
102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	Apartado 3: Sobre Marktel (Gobierno corporativo y estructura de gobernanza)	9
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos ambientales y sociales	Apartado 5: Análisis de Materialidades y políticas	11-14

GENERAL

GRI	RESUMEN	COMENTARIO	PÁGINA
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	La metodología para la gestión de riesgos emana desde el Sistema Integrado de Gestión, a través del cual se identifican aquellas amenazas y sus vulnerabilidades vinculadas, incluyendo los riesgos de todos los procesos vinculados a la toma de decisiones. Una vez identificados se evalúan en función de su probabilidad e impacto, entendiendo este último concepto como su importancia e impacto en procesos o recursos esenciales a fin de determinar el riesgo inherente. Este análisis se lleva a cabo a intervalos planificados y se toman acciones y desarrollan estrategias para trabajar en aquellos riesgos situados por encima del nivel del riesgo aceptable de la organización. Así mismo, se establecen controles que aseguran que aquellos riesgos situados por debajo del nivel de riesgo aceptable de la organización, se mantienen en niveles óptimos de gestión.	
102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	Se ha identificado a través de la metodología de riesgos, aquellas amenazas y vulnerabilidades vinculadas a temas económicos, ambientales y sociales identificados como materialmente relevantes para nuestras partes interesadas.	
102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	La memoria es aprobada por el comité de RSE. Como se ha dicho, parte de los miembros del Consejo forma parte de dicho comité.	
102-33	Comunicación de preocupaciones críticas	Apartado 5: Análisis de Materialidades y políticas	11-14
102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	Apartado 5: Análisis de Materialidades y políticas	11-14
102-36	Procesos para determinar la remuneración	La remuneración está marcada por los diferentes convenios colectivos de aplicación.	
102-37	Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración	Apartado 8.1. Capital Humano	26-31
102-40	Lista de grupos de interés	Apartado 5: Análisis de Materialidades y políticas	11-14
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	La renovación de los distintos convenios colectivos se realiza periódicamente en función de su periodo de vigencia.	
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	Apartado 5: Análisis de Materialidades y políticas	11-14
102-43	Enfoque para la participación de grupos de interés	Apartado 5: Análisis de Materialidades y políticas	11-14
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	Apartado 5: Análisis de Materialidades y políticas	11-14
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Ver comentario GRI 102-1 del presente anexo.	
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	Apartado 2: introducción	4
102-47	Lista de temas materiales	Apartado 5: Análisis de Materialidades y políticas	11-14
102-48	Re-expresión de la información	En caso de existir cambios en los cálculos o re-expresiones de la información, es indicado en cada uno de los casos a lo largo de la presente Memoria.	
102-49	Cambios en la elaboración del informe	El presente informe trata de ser más completo con respecto al de años anteriores, buscando dar respuesta de una manera más clara y exhaustiva a los GRI.	
102-50	Periodo del informe	Año 2020	
102-51	Fecha del último informe	2019	
102-52	Ciclo de elaboración de informes	Ciclo de elaboración de informes	
102-53	Puntos de contacto para preguntas sobre el informe	RSE@grupomarktel.com	
102-55	Índice de contenidos GRI	Anexo I	
102-56	Verificación externa	ETL GLOBAL AUDITORES DE CUENTAS S.L.	
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	La explicación de cada tema material se incluye en cada uno de los apartados de la memoria así como en las anotaciones realizadas en este anexo.	

GENERAL			
GRI	RESUMEN	COMENTARIO	PÁGINA
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	El enfoque de cada tema material se incluye en cada uno de los apartados de la memoria así como en las anotaciones realizadas en este anexo.	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	La evaluación del enfoque de cada tema material se reporta en el apartado correspondiente de esta Memoria mediante los datos reflejados, siendo además evaluados en la verificación externa a la que esta memoria es sometida.	

ECONÓMICO			
GRI	RESUMEN	COMENTARIO	PÁGINA
201-2	Valor económico directo generado y distribuido	Apartado 4: Nuestras cifras Apartado 11.3. Información Fiscal	10; 45
201-2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático	Dada la actividad a la que se dedica Marktel no se producen consecuencias financieras derivadas del cambio climático	
201-3	Cobertura de las obligaciones derivadas de su plan de prestaciones	No se dispone plan de prestaciones	
201-4	Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno	Apartado 11.3. Información Fiscal	45
202-1	Ratio del salario por categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	El 100% del salario de Marktel está por encima del SMI. Apartado 8.1. Capital Humano	26-31
202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados en la comunidad local	Dado que el principal volumen de negocio se sitúa en España, es aquí donde están establecidas las oficinas centrales y su alta dirección.	
203-1	Inversión en infraestructuras y servicios apoyados	Apartado 11.3. Información Fiscal Se puede ampliar información en las cuentas anuales presentadas ante el RM	45
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	Apartado 11.3. Información Fiscal Se puede ampliar información en las cuentas anuales presentadas ante el RM	45
204	Prácticas de adquisición	Apartado 11.2: Gestión responsable de la cadena de suministro.	45
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	Apartado 10: Lucha contra la corrupción y el soborno	42
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Apartado 10: Lucha contra la corrupción y el soborno	42
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	Ningún caso.	
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	Ningún caso.	

AMBIENTAL

GRI	RESUMEN	COMENTARIO	PÁGINA
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	Apartado 7: Dimensión Ambiental	
301-2	Insumos reciclados utilizados	Apartado 7: Dimensión Ambiental	
301-2	Productos reutilizados y materiales de envasado	Debido a su actividad no reporta este tipo de información	
302-1	Consumo energético dentro de la organización	Apartado 7: Dimensión Ambiental	
302-2	Consumo energético total	Apartado 7: Dimensión Ambiental	
302-3	Intensidad energética	Apartado 7: Dimensión Ambiental	
302-4	Reducción de consumo energético	Apartado 7: Dimensión Ambiental	
302-5	Reducciones de los requerimientos energéticos de los productos y servicios	Apartado 7: Dimensión Ambiental	
303-1	Extracción de agua por fuente	No se dispone de herramientas ni datos que permitan llevar a cabo dicha medición	
303-2	Fuentes de agua significativamente afectadas por la extracción de agua	No se dispone de herramientas ni datos que permitan llevar a cabo dicha medición	
303-3	Agua reciclada y reutilizada	No se dispone de herramientas ni datos que permitan llevar a cabo dicha medición	
304-1	Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	Los centros de la organización no se encuentran en áreas protegidas	
304-2	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	Los centros de la organización no se encuentran en áreas protegidas	
304-3	Hábitats protegidos o restaurados	Los centros de la organización no se encuentran en áreas protegidas	
304-4	Especies que aparecen en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por operaciones	Debido a la actividad de Marktel no se considera significativo	
305-1	Emisiones directas e indirectas de GEI (alcance 1)	Apartado 7: Dimensión Ambiental	
305-2	Emisiones indirectas de GEI (alcance 2)	Apartado 7: Dimensión Ambiental	
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	Apartado 7: Dimensión Ambiental	
305-4	Intensidad de emisiones energéticas	Apartado 7: Dimensión Ambiental	
305-5	Reducción de las emisiones de GEI	Apartado 7: Dimensión Ambiental	
305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono	Apartado 7: Dimensión Ambiental	
306-1	Vertidos de agua en función de su calidad y destino	No se dispone de herramientas de medición	
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	Apartado 7: Dimensión Ambiental	
306-3	Derrames significativos	0	
306-4	Transporte de residuos peligrosos	Apartado 7: Dimensión Ambiental	
306-5	Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/ o escorrentías	Debido a la actividad de Marktel no se considera significativo	
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	0	
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	100%	
308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Los posibles impactos derivados de la cadena de suministro son minimizados mediante la aplicación de requisitos en el proceso de homologación y evaluación de proveedores	

ORGANIZATIVO Y SOCIAL

GRI	RESUMEN	COMENTARIO	PÁGINA
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	Apartado 8.1.: Capital Humano 2020	26-31
401-2	Prestaciones sociales a los empleados	Apartado 8.2: Organización del trabajo Apartado 8.4: Relación laboral	31-33; 35
401-3	Permiso parental	Apartado 8.2: Organización del trabajo	31-33
402-1	Plazos de avisos mínimos sobre cambios operacionales	Como norma general, la finalización de todos los contratos temporales y formativos cuya duración sea superior a un año el trabajador deberá ser preavisado con 15 días de antelación. Esta obligación de notificar con 15 días de antelación afecta tanto al trabajador como al empresario.	
403-1	Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad	Existe un comité de seguridad y salud	9
403-2	Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismos y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	Apartado 8.3.: Seguridad y salud	34
403-3	Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	No Aplica.	
403-4	Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos	Los representantes de los trabajadores son informados de cualquier aspecto que afecte a las condiciones de trabajo de la plantilla que puedan repercutir en su salud o seguridad.	
404-1	Media de horas de formación al año/ empleado	Apartado 8.5.: Formación	35-37
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	Apartado 8.5.: Formación Apartado 8.2.: Organización del trabajo	35-37; 31-33
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	Evaluaciones periódicas de todo el personal de operaciones. Si se evalúa el 100 % del desempeño de los agentes con monitorizaciones mensuales y controles establecidos en la operación para el seguimiento de los KPIs individuales. El personal de operaciones supone un porcentaje muy alto con respecto al total de la plantilla.	
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Apartado 8.1.: Capital Humano	26-31
405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	Apartado 8.1.: Capital Humano	26-31- Nota*
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	No ha habido casos de discriminación	
407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	Apartado 9: Información sobre los DDHH Apartado 11.2: Gestión responsable cadena de suministro	39-41; 45
408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	Apartado 9: Información sobre los DDHH Apartado 11.2: Gestión responsable cadena de suministro	39-41; 45
409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	Apartado 9: Información sobre los DDHH Apartado 11.2: Gestión responsable cadena de suministro	39-41; 45
410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	Marktel no tiene personal de seguridad propio. Trabaja con proveedores que de este tipo de servicios que han superado el proceso de homologación interno.	
411-1	Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas	No aplica.	
412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impactos sobre los derechos humanos	Apartado 9: Información sobre los DDHH	39-41
412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	Uno de los objetivos planteado de cara al 2021 es formar a los trabajadores en el código ético actualizado en el año 2020. Así mismo, algunas políticas elaboradas por el área de RSE están disponibles para los empleados de Marktel en la web y en la Intranet.	
412-3	Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre los derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	Apartado 11.2 Gestión responsable de la cadena de suministro	45
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Apartado 11.1: Impacto en el empleo y desarrollo local	43-44

ORGANIZATIVO Y SOCIAL

GRI	RESUMEN	COMENTARIO	PÁGINA
413-2	Operaciones con impactos negativos significativos- reales o potenciales- en las comunidades locales	La actividad de Marktel no provoca impactos negativos significativos en las comunidades locales en las que ejerce su actividad. Apartado 11.1: impacto en el empleo y desarrollo local	43-44
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	100%	
414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	No se han dado.	
415-1	Contribuciones a partidos y/o representantes políticos	No se han dado.	
416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	Los servicios ofrecidos por Marktel no provocan impactos en la salud y seguridad de los clientes.	
416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	Los servicios ofrecidos por Marktel no provocan impactos en la salud y seguridad de los clientes.	
417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	No aplica.	
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	No se han dado.	
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	No se han dado.	
418-1	Reclamaciones fundamentales relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdidas de datos del cliente	No se han dado.	
419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	No se han dado.	

*Nota aclaratoria

Las cifras reflejadas en el apartado "Remuneración del Personal" corresponden al salario percibido de manera efectiva, donde existen disparidades causadas por los distintos porcentajes de jornadas con los que está contratado el personal. Estas cifras, no son del todo comparables y creemos preciso incluir a continuación el valor salarial equivalente al percibido para una jornada completa, donde se puede apreciar claramente la igualdad salarial entre sexos:

PORTUGAL			ESPAÑA		
PUESTO	SEXO	2020	PUESTO	SEXO	2020
Back Office	♀	10.352,50 €	Teleoperador	♀	11.369,57 €
	♂	10.343,00 €		♂	11.748,87 €
Coordinador	♀	12.000,00 €	Tel. Especialista	♀	12.757,02 €
	♂	12.000,00 €		♂	13.543,80 €
Force Desk	♀	12.000,00 €	Gestor	♀	13.807,93 €
	♂	12.000,00 €		♂	15.002,35 €
Formador	♀	12.000,00 €	Coordinador	♀	15.074,11 €
	♂	12.000,00 €		♂	15.820,11 €
Operador	♀	10.343,00 €	Supervisor B	♀	17.867,46 €
	♂	10.398,10 €		♂	16.463,04 €
Recepcionista	♀	12.500,00 €	Supervisor A	♀	16.415,10 €
	♂	12.500,00 €		♂	17.360,39 €
Resp. Servicio	♀	17.000,00 €	Jefe/ Responsable	♀	24.576,90 €
	♂	17.000,00 €		♂	31.009,09 €
Supervisor	♀	14.000,00 €	Tec. Administrativo	♀	17.867,46 €
	♂	14.000,00 €		♂	16.476,25 €
Tec. Seleçao	♀	19.276,18 €	Mantenimiento	♀	14.611,10 €
	♂	19.276,18 €		♂	
Tec. Desarrollo	♀	24.655,96 €			
	♂	24.655,96 €			
Tec. Informático	♀	15.000,00 €			
	♂	15.000,00 €			
Tec. Rec. Humanos	♀	10.343,34 €			
	♂	10.343,34 €			

FORMULACIÓN DEL INFORME DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADA

En cumplimiento de la normativa mercantil vigente, los Administradores de la Sociedad Dominante **ECU Consultores y Gestores, S.L** formulan la Información no Financiera Consolidada correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2020 que se componen de las adjuntas hojas número 1 a 52.

Madrid, 31 de marzo de 2021

D. José María Horrillo López de Rey
Presidente

D^a. Vanda Grande Fiordeponi
Consejera

D^a. Livia María Horrillo Grande - Fiordeponi
Consejera

D. Miguel Ángel Molina Carrón
Consejero



marktel