

marktel

MEMORIA SOSTENIBILIDAD **2021**

01

1. ÍNDICE	1
2. CARTA DE LA DIRECCIÓN	4
3. INTRODUCCIÓN	5
3.1. Normativa aplicable	5
3.2. Alcance	5
3.3. Marco de reporting	5
3.4. Verificación	5
4. SOBRE MARKTEL	6
5. NUESTRAS CIFRAS	10
6. ANÁLISIS DE MATERIALIDADES Y POLÍTICAS	11
6.1. Grupos de interés:	11
6.2. Materialidades	12
6.3. Principales objetivos en la estrategia de RSE y correlación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible	13
6.4. Políticas	14
7. CÓDIGO ÉTICO Y DE CONDUCTA	16
8. DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL	17
8.1. Enfoque de precaución	17
8.2. Consumo energético	19
8.3. Emisiones	22
8.4. Gestión de residuos	22

01

9. DIMENSIÓN SOCIAL	25
9.1. CAPITAL HUMANO 2021:	27
9.2. Organización del trabajo:	33
9.3. Seguridad y salud:	36
9.4. Relación laboral	38
9.5. Formación	38
9.6. Accesibilidad universal	40
9.7. Igualdad	40
10. INFORMACIÓN SOBRE LOS DERECHOS HUMANOS	41
11. Lucha contra la corrupción y el soborno	44
12. COMPROMISO SOCIAL	45
12.1. El impacto en el empleo y el desarrollo local.	45
12.2. Gestión responsable de la cadena de suministros	47
12.3. Información fiscal	47
· ANEXO 1	48



CARTA DE LA DIRECCIÓN



2021, el año de las oleadas del COVID, el año de inicio de la vacunación y como no olvidarnos, al menos en Madrid, el año de Filomena. Sin duda un año muy peculiar.

Afectado todavía por las circunstancias de la distancia social, 2021 se ha caracterizado por ser el año del teletrabajo, tendencia que ya había comenzado el año anterior, pero que se mantuvo a lo largo de todo el 2021. En general fue el año de la consolidación del teletrabajo, fue el año de comenzar a vernos en reuniones muy limitadas, de volver “de vez en cuando” a la oficina. De volver a tomar un café con algún compañero.

En ese contexto de excepcionalidad y realidad distorsionada, se desarrolla la actividad del ejercicio al que se refiere este informe y cuyas cuentas de las que forma parte, son la muestra de que la empresa ha continuado su tendencia.

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.

Pero 2021 también ha representado un cambio de ciclo para Marktel donde se han producido eventos muy significativos en su historia, dando los primeros pasos de crecimiento inorgánico en la historia de Marktel. Así en Octubre se adquirió el 100% de la empresa Colombiana “Interactivo Contact Center” apoyados para esta operación por el fondo “Santander Smart” y en Diciembre Marktel Global Services, se hizo con el control del 100% de la compañía Portuguesa “Marktel Serviços Globais”, lugares a los que también extendemos nuestra forma de ser, nuestra forma de entender la empresa y nuestro compromiso de contribuir al desarrollo sostenible.

Muchas gracias a todos.

Un cordial saludo,

D. José Mª Horrillo López del Rey

Presidente

03

INTRODUCCIÓN

3.1. Normativa aplicable

La presente memoria de sostenibilidad, 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).

Esta memoria da repuesta a al Estado de información no financiera consolidado, el cual 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.

3.2. 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 2021.

3.3. 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 continúa trabajando en la 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.

3.4. Verificación

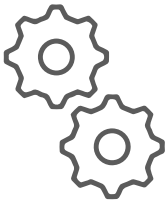
Esta memoria ha sido sometida a un proceso de revisión externa independiente. El informe de aseguramiento independiente donde se incluyen los objetivos y alcance del proceso, así como los procedimientos de revisión utilizados y sus conclusiones, se adjunta como anexo a este informe.

04

SOBRE MARKTEL

Modelo de negocio

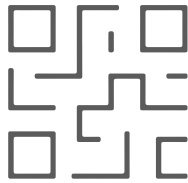
Marktel desarrolla su actividad en un mercado maduro, competitivo, en el que la diferencia reside, no en lo que haces, sino en cómo lo haces. Por este motivo ha invertido en una estrategia basada en la integración de la consultoría, el desarrollo de soluciones digitales y la gestión de servicios.



Consultoría de procesos

Conocimiento de Mercado
Posicionamiento y Estrategía Target
Análisis de Procesos

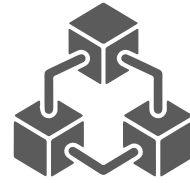
El objeto de la capa de consultoría es identificar puntos de mejora para la reingeniería de los procesos.



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.

Cada pieza juega un papel y la suma maximiza el resultado. Mediante la consultoría de procesos, se diseñan modelos orientados a mejorar la experiencia de cliente. Con el desarrollo de soluciones digitales, se incorporan de manera natural la automatización en favor de eficiencia. Y, por último, la gestión de servicios, donde se pone foco en el engagement del equipo.

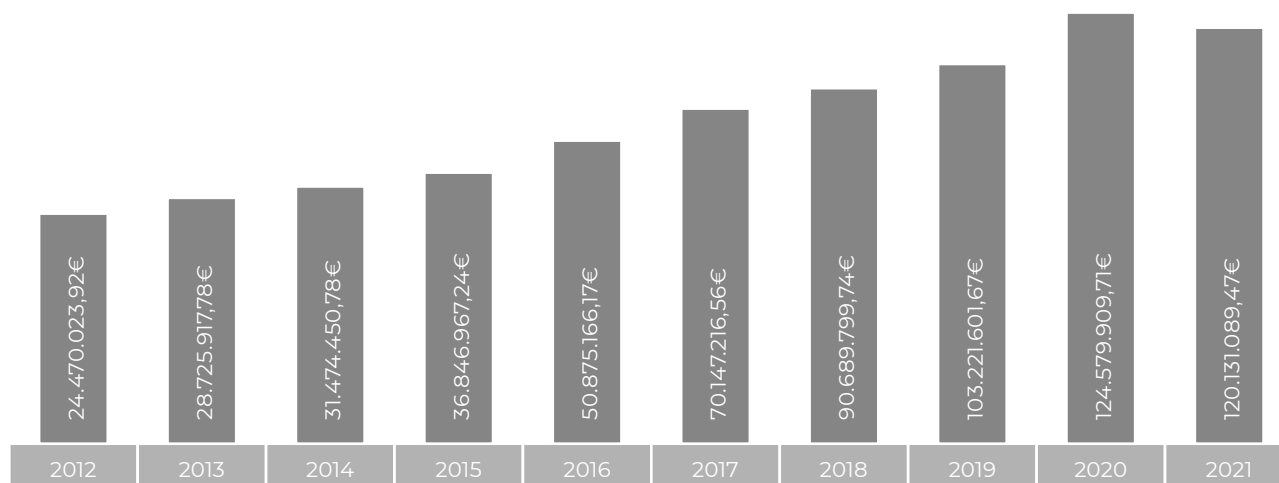
MARKTEles+ por esta visión agregada que contribuye a alcanzar con mayor fiabilidad los objetivos individuales y globales y facilita a sus clientes, el impacto en los indicadores y modelos de eficiencia.

Las soluciones de negocio desarrolladas por Marktel, integran omnicanalidad, inteligencia artificial, chatbots, voicebots, plataformas de autoservicio y tecnologías propietarias, con una visión End to End, con el fin de eficientar la prestación de servicios.

Cabe destacar el modelo operativo de Marktel, basado en Business Intelligence, definido como el proceso de analizar los datos acumulados en los servicios operados, con el fin de actuar de manera inteligente para obtener los mejores resultados.

Esta es la base de M.A.I.O. (Marktel Analítica Integral Operativa), que conforma un nuevo paradigma operativo que incorpora la Inteligencia Artificial como elemento conductor a lo largo del journey de cliente, a fin de alimentar modelos que permiten ampliar el conocimiento del cliente, y tomar decisiones en tiempo real para incrementar el Life Time Value.

Nuestra metodología de trabajo ha impulsado el crecimiento económico, cerrando el año 2021 con una facturación de más de 120 MM de euros.



Impuestos incluidos en los importes.

En nuestro proyecto participan más de 6.000 profesionales al servicio del cliente, operando desde 15 centros de trabajo, distribuidos en tres países: España, Portugal y Colombia, distribuidos en las ciudades de Madrid (5), Valencia (5), Albacete (1), Elvas (2) (Portugal) y Bogotá (1) Colombia.

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

Conectamos con el Cliente	Personalizamos Experiencias	Incrementamos el Valor
<ul style="list-style-type: none"> · Gestión de leads · Contratación Omnicanal · Verificación de ventas · Back Office Comercial 	<ul style="list-style-type: none"> · Información y Atención · Soporte Técnico · Asistencia · Reclamaciones 	<ul style="list-style-type: none"> · Cross Selling · Up Selling
Incrementamos la Confianza	Gestionamos el Riesgo	
<ul style="list-style-type: none"> · Anticipación · Retención · Recuperación 	<ul style="list-style-type: none"> · Detección y Prevención · Deuda Inicial · Mora · Contencioso · Fallido 	



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

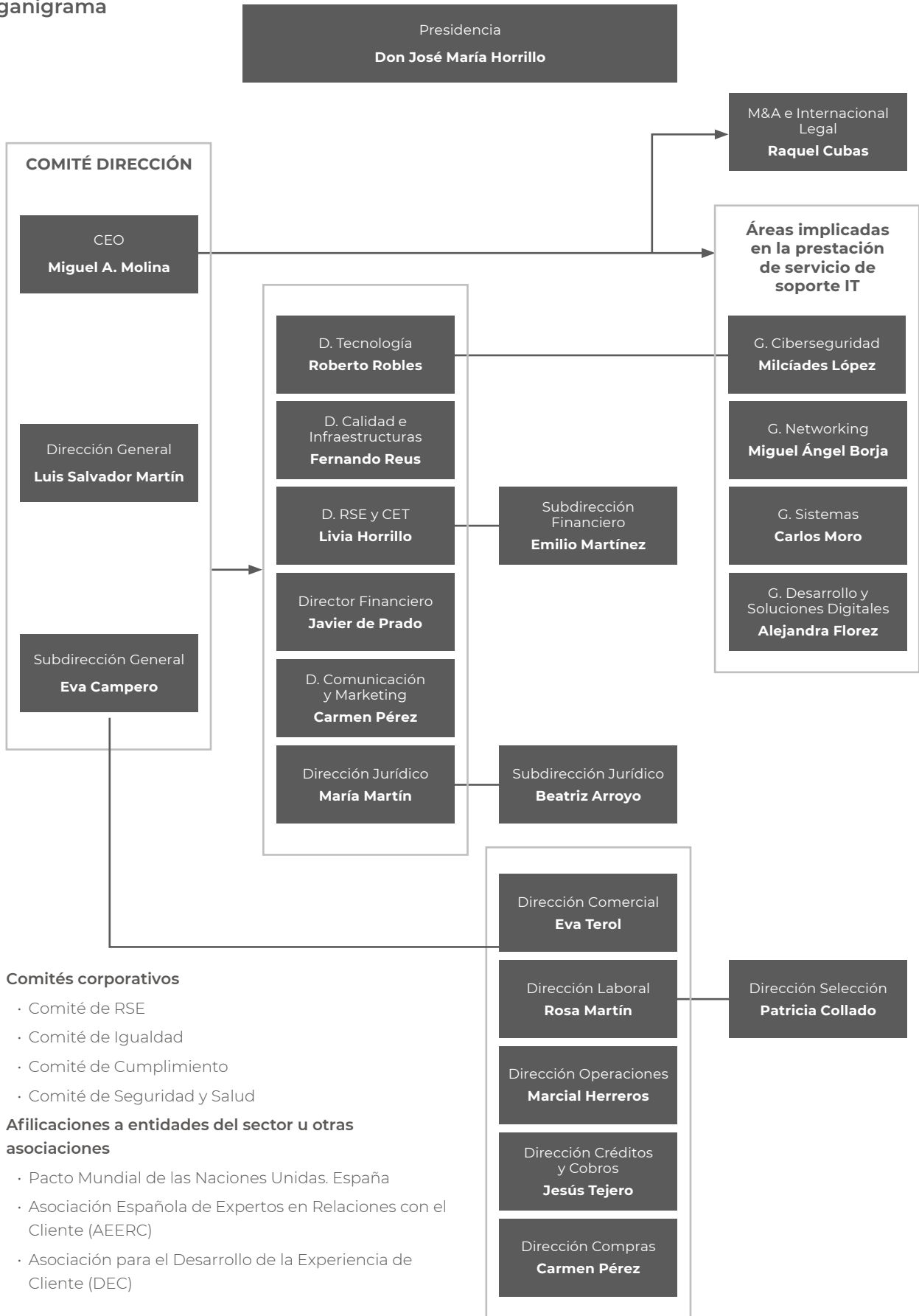
- Transparencia.
- Eficacia y profesionalidad, tanto personal como corporativa.
- Integridad y confianza.
- Responsabilidad medioambiental.
- Compromiso.
- Innovación.
- Desarrollo sostenible.



Consejo de Administración

- | | |
|--------------------------------|-------------------|
| · José María López de Horrillo | <i>Presidente</i> |
| · Livia Horrillo Grande | <i>Consejera</i> |
| · Vanda Grande | <i>Consejera</i> |
| · Miguel Ángel Molina | <i>Consejero</i> |

Organigrama



NUESTRAS CIFRAS

05

Dimensión Económica	2021	2020	2019	2018
Resultado antes de Impuesto de Sociedades	6.335.280,11	5.059.198,36	2.243.663,89	1.431.988,50
Impuestos sobre beneficios pagados	332.103,87	-812.950,73	352.553,36	-66.485,83
Subvenciones y donaciones	177.853,92	123.294,95	152.049,75	116.077,50
Dimensión Social	2021	2020	2019	2018
Número de empleados	5.749	5.582	4.437	4.059
Porcentaje de Mujeres	64%	61%	54%	59%
Horas de Formación	244.797	241.713	63.897	46.398
Dimensión Ambiental	2021	2020	2019	2018
Emisiones atmosféricas (Tn de CO ₂ eq)	15,14	2,933	---	---
Consumo eléctrico (Kwh)	2338321	3752117	1978875	2463009
Residuos totales (Tn)	5,854	6,762	---	---

06

ANÁLISIS DE MATERIALIDADES Y POLÍTICAS

6.1. 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 Marktél 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

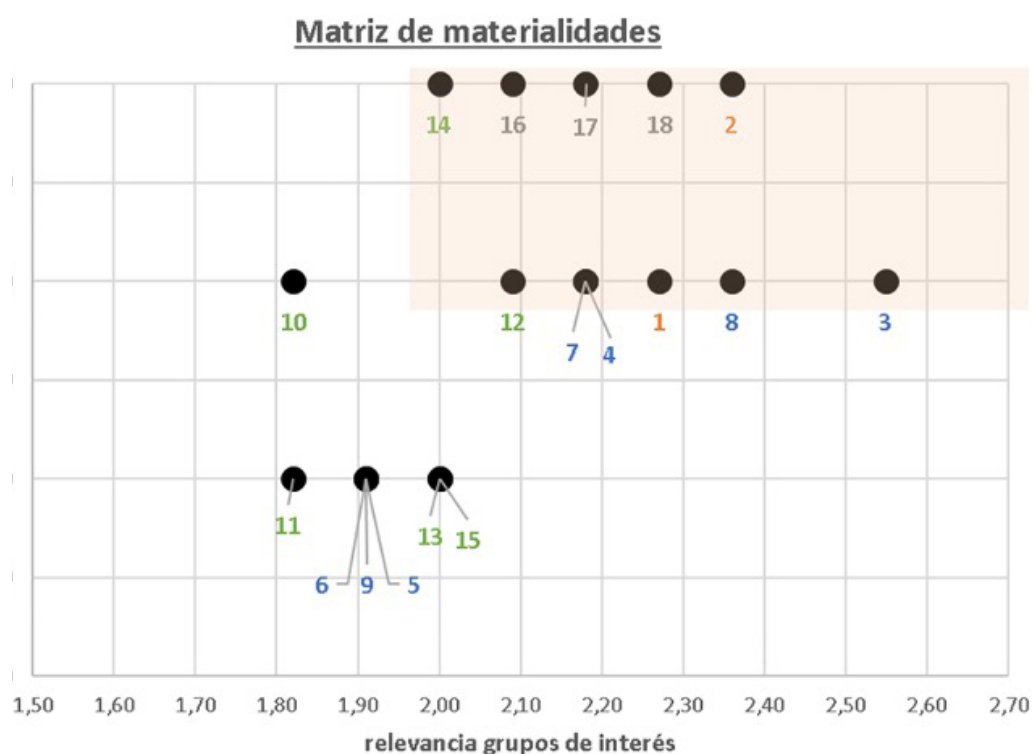
6.2. Materialidades

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 |

Derivado de este análisis se han podido determinar cuáles 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 Marktél ha establecido. Como resultado, las principales magnitudes, han sido durante 2021, 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 2021. En este sentido, a lo largo del 2022, 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.

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

Marktél 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 Marktél 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.



6.4. Políticas

Marktél 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 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.
- **Política de Responsabilidad Social Empresarial:** Documento en el que se establece los principios guía para el desarrollo sostenible y responsable de la compañía.

Marktél 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, Marktél 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 primer semestre de 2021, Marktél se certificó, de la mano de AENOR en la norma ISO 20000-1 Sistema de Gestión de Servicio IT e ISO 18295-1 Centros de contacto con el Cliente 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 2021 se puso a disposición de las partes interesadas un canal ético basado en los principios del esquema ISO 19601 (Sistema de Gestión de Compliance Penal) con el fin de asegurar el correcto cumplimiento legal de la organización y fomentar un comportamiento éticamente responsable y asegurar las buenas prácticas de Marktel.

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.



GA-2018/0288



ER-0298/2005



SCN-2020/0006



SI-0063/2018



GR-2017/0002



STI-0002/2021



A79/000026

07

CÓDIGO ÉTICO Y DE CONDUCTA

Marktél cuenta con un código ético de la organización. Este documento se ha publicado en la web y está disponible para todas las partes interesadas. Además, 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 Marktél 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. 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 2021 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.



08

DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL

8.1. Enfoque de precaución

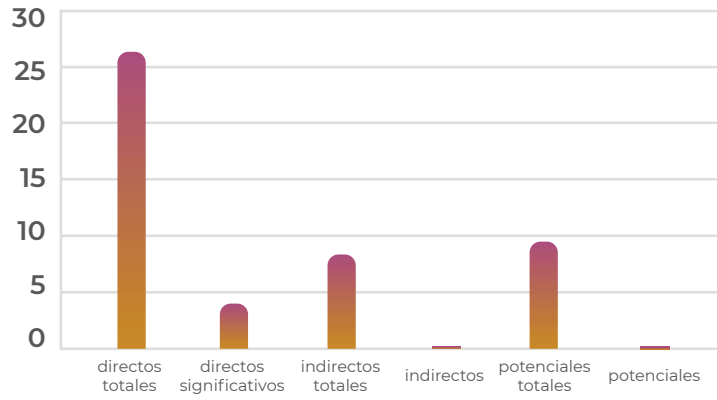
La gestión ambiental de la organización se basa en el principio de precaución, con un enfoque basado en la gestión del riesgo en referencia a la planificación de la operación ante el lanzamiento de nuevos servicios. Para ello, desde el seno de la organización se lleva a cabo una Evaluación de los Aspectos 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.

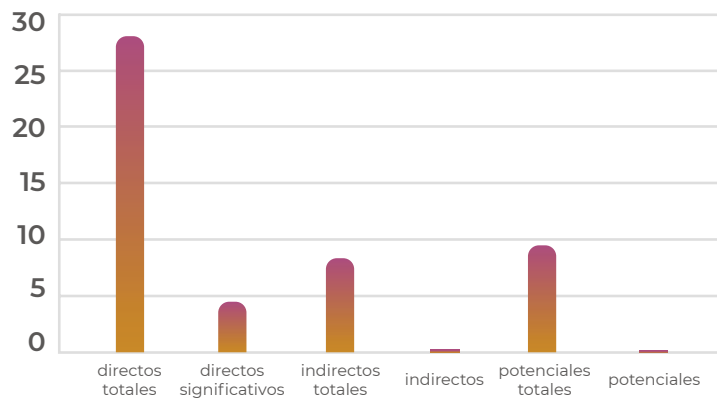
Este análisis periódico asienta los principios rectores del sistema de gestión ambiental y trabajamos de manera preventiva y proactiva, no solo en un causar impactos dañinos o irreversibles en el medio que nos rodea, si no para intentar contribuir en la mejora del medio ambiente.

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.

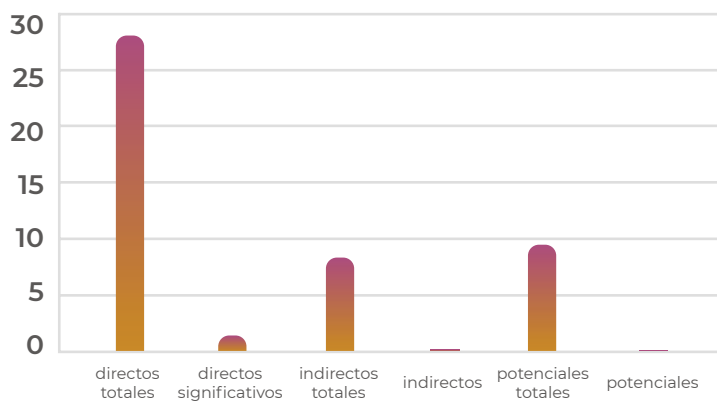
2018



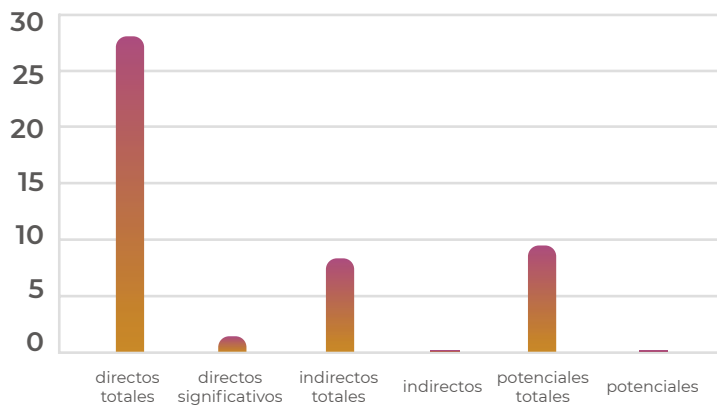
2019



2020



2021



8.2. Consumo energético

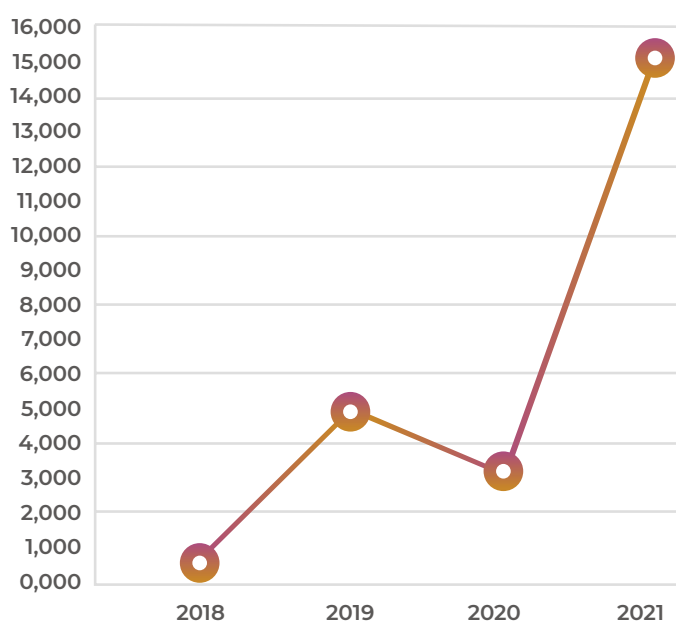
El consumo energético total de Marktel para el año 2021 ha sido de: 2.717.849 Kwh.

A continuación, se detalla de manera detallada las fuentes de consumo:

	CONSUMO PROVINIENTE DE FUENTES NO RENOVABLES			
	2018	2019	2020	2021
L	139	1953,5	1092	5772,78
Kg de CO2	376,412	5290,078	2933,112	15139,12
Tn de CO2 eq	0,376	5,290	2,933	15,14

- (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. Mayo 2022 para Gasóleo tipo B.
- (2) 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.
- (3) Los datos que se remiten son exclusivamente de las sedes de España al no haber grupos electrógenos en las sedes ubicadas internacionalmente.

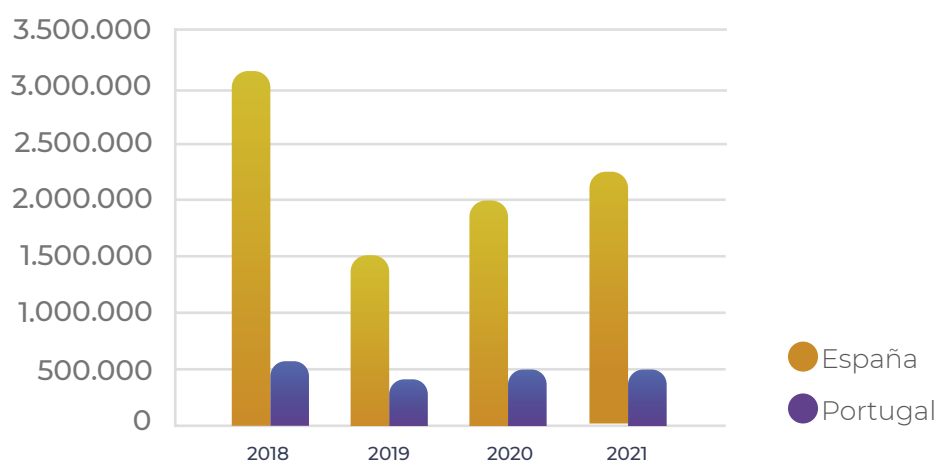
Tn de CO² eq. para consumo de combustible de fuentes de energía no renovables



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. Mayo 2022. Versión 20.

	Consumo Eléctrico (kwh)			
	2018	2019	2020	2021
España	3226874	1537650	1984783	2338321
Portugal	525243	441226	478225	379528
Tn de CO2 eq	0	0	0	0

Evolución consumo eléctrico de Marktél (kw)

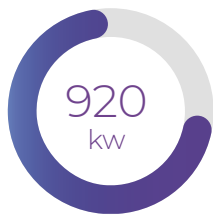


El ratio de consumo/empleados en total para la organización a lo largo de los cuatro últimos años se distribuye de la siguiente manera:

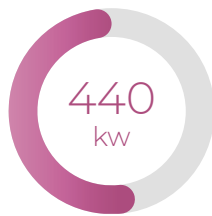
	2018	2019	2020	2021
Consumo total	3752117	1978875	2463009	2717849
% Reducción	---	-47,26%	-34,36%	-27,56%
Empleados	4059	4437	5582	5749
Ratio consumo/empleado (kw)	924	446	441	407

(1) 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.

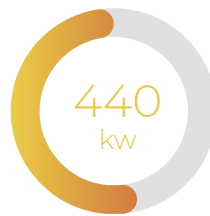
Ratio de consumo/ empleado (kw)



Año 2018



Año 2019



Año 2020



Año 2021

Desde el año 2019 hay 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.

8.3. Emisiones

Marktel, calcula el impacto derivado de su actividad causado por las emisiones atmosféricas. A continuación, se muestran los datos obtenidos durante el año 2021 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 2021 de Marktel es de 15,14 Tn de CO₂.

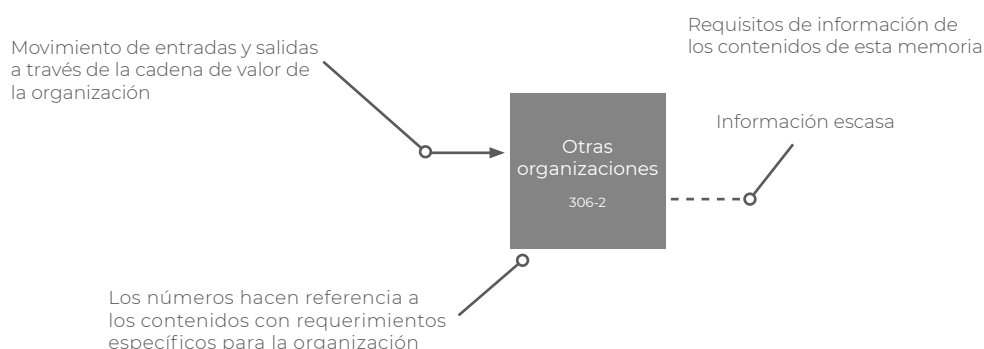
	Tn de CO2 eq.
Alcance 1	15,14
Alcance 2	0
Alcance 3	---
Intensidad de las emisiones GEI	2,6*10 ⁻³ Tn de CO2 eq./empleado

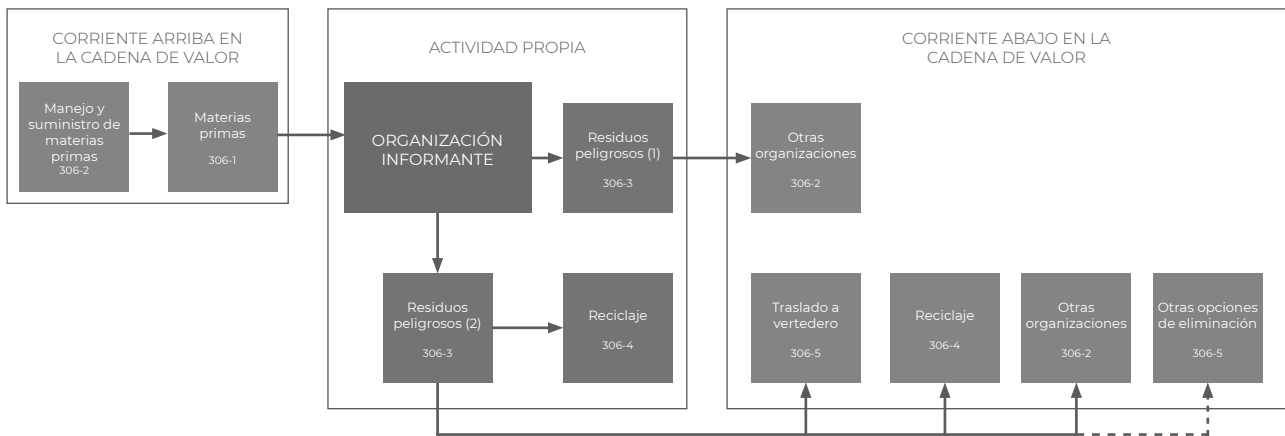
- (1) Alcance 1: Se incluyen las fuentes que son controladas o son propiedad de la empresa. Combustión fija derivada de la quema de combustible en grupos electrógenos y emisiones fugitivas de gases refrigerantes de los equipos de aire acondicionado.
- (2) Alcance 2: Consumo de energía eléctrica.
- (3) 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 2021 en España y Portugal.

8.4. 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 involucran 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)	Residuos no destinados a eliminación (Tn)	Residuos destinados a eliminación (Tn)
RAEES	0	0	0
Tóner	0,154	0	0,154
Papel	5,7	5,7	0
Residuos totales (Tn)	5,854	5,7	0,154

Residuos no destinados a eliminación por operación de valorización			
	En las instalaciones	Fuera de las instalaciones	Total
Residuos peligrosos	0	0	0
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	0,154	0	0,154
Otras operaciones de valorización	5,7	0	5,7
Total (Tn)	5,854	0	5,854

09

DIMENSIÓN SOCIAL

La diversidad de los perfiles de los profesionales que componen Marktél 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 ser 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 Marktél hace una importante inversión anual en formación para sus empleados.

DATOS DESTACADOS:



MÁS DE 5.700 TRABAJADORES



64 % MUJERES



HORAS DE FORMACIÓN 244.797

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



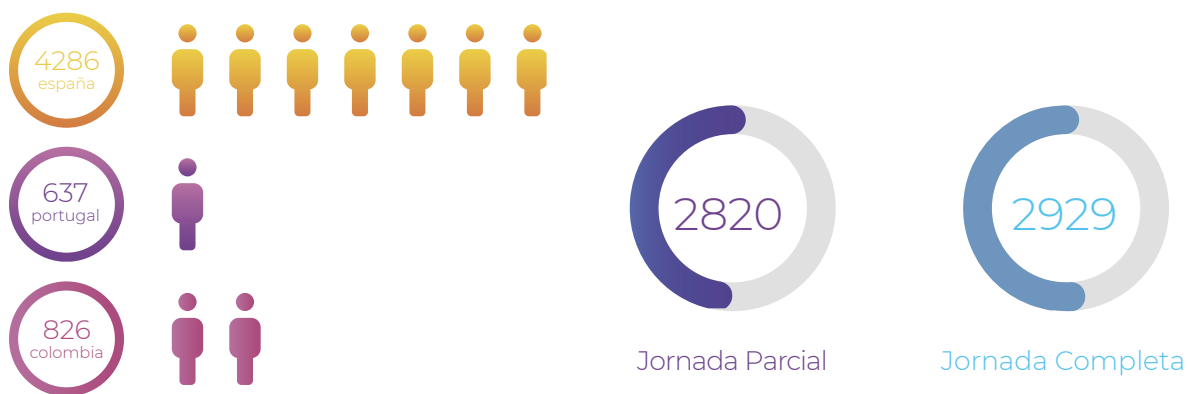
DIVERSIDAD, IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y NO DISCRIMINACIÓN




9.1. Capital humano 2021

TOTAL PLANTILLA: **5.749**

Distribución por país



Distribución por sexo

 **3.665 mujeres (64% del total)**

 **2.084 hombres (36% del total)**

(Hay 1,76 mujeres contratadas por cada hombre)

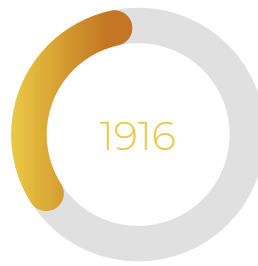
En el equipo de dirección también existe una importante presencia del género femenino, siendo la distribución por géneros en este nivel el que se refleja en esta tabla:

EQUIPO DE DIRECCIÓN	NÚMERO
TOTAL	12
femenino	7
masculino	5

Distribución por tipo de contrato



contratos temporales



contratos indefinidos



716 contratos indefinidos



1200 contratos indefinidos

Distribución por jornada



contratos jornada parcial



contratos jornada completa

Contrataciones anuales

Nuevos contratos año 2021			
PAÍS	FEMENINO	MASCULINO	TOTALES
España	1605	956	2561
Portugal	454	210	664
Colombia	779	628	1407
			4632

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 bajas no voluntarias frente a contrataciones demuestra que Marktel influye de manera muy positiva en la empleabilidad de las comunidades donde opera siendo éste únicamente del 15%.

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 cifras reflejadas son las equivalentes a la jornada completa de trabajo):

ESPAÑA		
CATEGORIAS	SEXO	SALARIO ANUAL CONVENIO
Teleoperador	♀	13.647,53 €
	♂	13.647,53 €
Tel. Especialista	♀	14.273,20 €
	♂	14.273,20 €
Gestor	♀	15.094,08 €
	♂	15.094,08 €
Coordinador	♀	15.641,86 €
	♂	15.641,86 €
Supervisor B	♂	16.463,04 €
Supervisor A	♀	17.245,16 €
	♂	17.245,16 €
Jefe/ Responsable	♀	20.217,10 €
	♂	20.217,10 €
JEFE 1ª	♀	17.594,40 €
	♂	17.594,40 €
Tec. Administrativo	♀	15.664,44 €
	♂	15.664,44 €
Mantenimiento	♀	13.510,00 €

PORTUGAL

PUESTO	SEXO	SALARIO ANUAL CONVENIO
Back Office	♀	10.343,42
	♂	10.343,42
Coordinador	♀	12.000,00
	♂	12.000,00
Force Desk	♀	12.000,00
	♂	12.000,00
Formador	♀	12.000,00
	♂	12.000,00
Operador	♀	10.343,42
	♂	10.343,42
Recepcionista	♀	13.000,00
	♂	13.000,00
Resp. Servicio	♀	16.905,57
	♂	16.905,57
Supervisor	♀	13.906,04
	♂	13.906,04
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	♀	8.732,42
	♂	8.732,42

COLOMBIA

PUESTO	SEXO	salario bruto anual* (dato medio)
Teleoperador	♀ ♂	\$ 908.526,00 \$ 908.526,00
Teleoperador especializado	♀ ♂	\$ 1.820.000,00 \$ 1.820.000,00
Backoffice	♀ ♂	\$ 941.259,00 \$ 941.259,00
Analista planeación y control de la prod	♀ ♂	\$ 1.743.804,00 \$ 1.743.804,00
Entrenador	♀ ♂	\$ 1.349.766,00 \$ 1.349.766,00
Team lider	♀ ♂	\$ 1.469.287,00 \$ 1.469.287,00
Coordinador operativo	♀ ♂	\$ 2.500.000,00 \$ 2.500.000,00
Jefe de operaciones	♀ ♂	\$ 3.000.000,00 \$ 3.000.000,00
Director de ooperaciones	♀ ♂	\$ 4.450.500,00 \$ 4.450.500,00
Gerente de operación	♀ ♂	\$ 13.000.000,00 NA
Tecnico soporte ti	♀ ♂	\$ 1.264.406,00 \$ 1.264.406,00
Profesional ti	♀ ♂	\$ 2.730.000,00 \$ 2.730.000,00
Jefe tecnologia	♀ ♂	\$ 3.500.000,00 \$ 3.500.000,00

* Moneda local

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 Marktelt está compuesto por ocho miembros.

En el ejercicio 2021, se aprobó una remuneración máxima para los miembros del Consejo de Administración, teniendo en cuenta la remuneración obtenida en empresas comparables a Marktelt para establecer la política de remuneraciones.

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

9.2. 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 períodos de vacaciones establecidos.

Como se ha comentado anteriormente, cada una de las empresas que componen Marktelt 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.

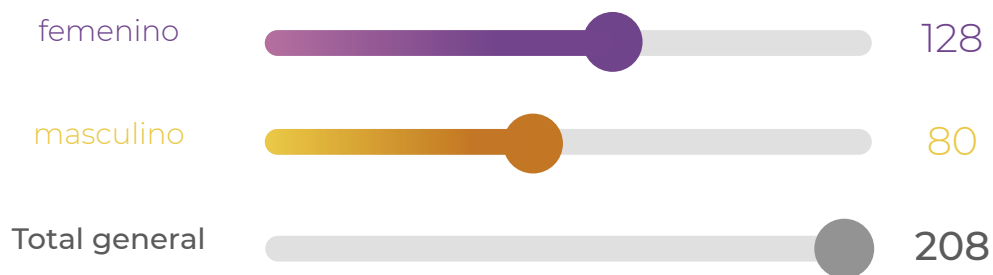
Además, Marktelt cuenta con un sistema informático de control de presencia donde cada trabajador registra su jornada laboral, remite solicitudes de vacaciones u otros permisos, e indica los períodos de absentismo y su causa. De este modo, el responsable de cada equipo puede comprobar que el personal 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.

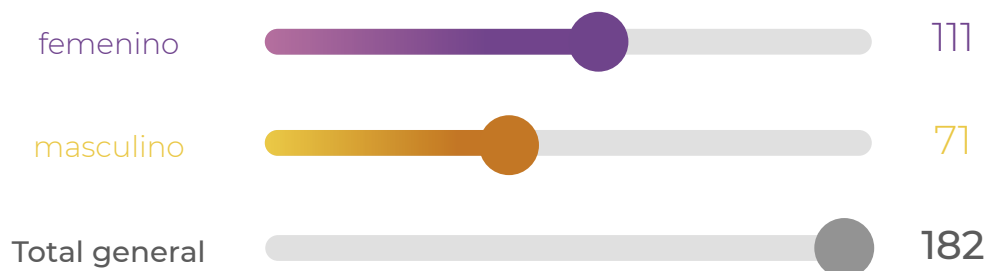
Marktel apuesta por el equilibrio entre la vida profesional y personal mediante la aplicación de medidas de flexibilización laboral, servicios y benéficos adaptados a las necesidades de los empleados, por un lado, desde el cumplimiento de la legalidad vigente en los Convenios Colectivos y Estatuto de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

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

TOTAL EMPLEADOS DERECHO PERMISO PARENTAL



Nº EMPLEADOS QUE HAN REGRESADO DESPUES DEL 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 en España, cada progenitor, adoptante, guardador o acogedor disfrutarán de idéntico periodo de suspensión.

Promoción interna

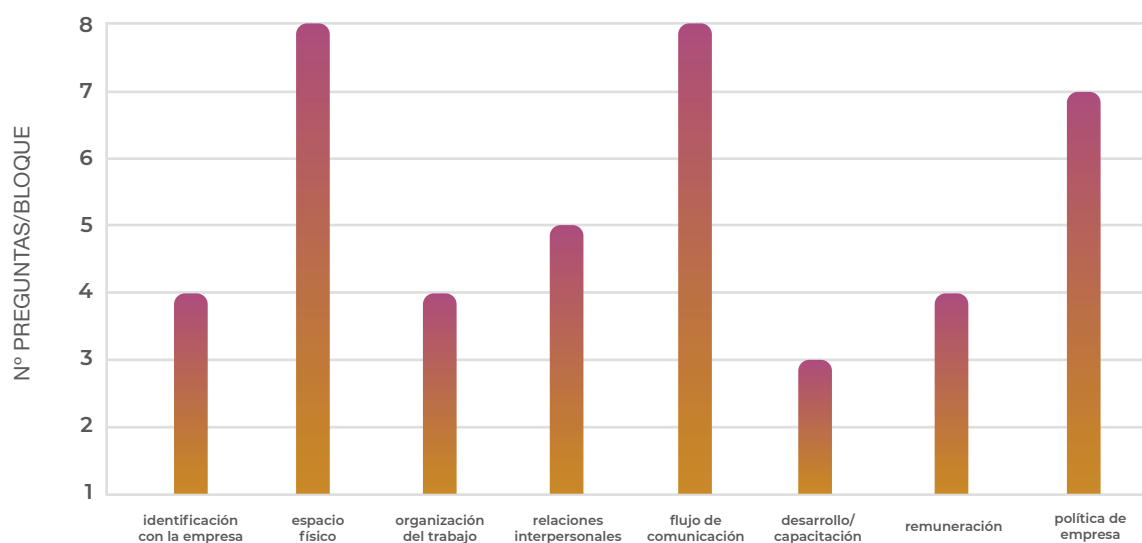
Marktel favorece la promoción interna compartiendo con el personal las vacantes internas que surgen en las distintas áreas. Fruto de esta labor de promoción interna, y del trabajo conjunto del área de RRHH y de Operaciones, muchos de los puestos de coordinación, supervisión, jefes de servicio o formadores,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

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 2021 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):



* La encuesta ha sido aplicada a las sedes de Europa. En años sucesivos, ampliaremos el estudio a la sede de Colombia.

El conjunto global de resultados muestra una tendencia de percepciones positivas sobre las diversas dimensiones analizadas, en especial los trabajadores sienten satisfacción con las condiciones físicas de las instalaciones donde desempeñan su actividad laboral (condiciones de seguridad, aseo, iluminación, control del ruido, visibilidad y orden locativo) y de los equipos asignados para el desempeño de sus tareas.

Así mismo, se logró la participación del 71% de la plantilla, mostrando posiblemente más credibilidad y confianza por parte de los trabajadores hacia la empresa.

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

9.3. Seguridad y salud

Desde el año 2020, momento en el que comenzó la pandemia de COVID-19, nos hemos visto obligados a introducir numerosos cambios y adaptaciones en el mundo laboral. Durante todo este tiempo, la gestión de la prevención de riesgos laborales ha tenido una intensa actividad para implantar medidas de actuación que evitaran la propagación de las infecciones y que hicieran de los centros de trabajo un lugar seguro para el personal.

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 el año 2021, hemos seguido adoptando todas las medidas contempladas en nuestro protocolo de actuación, e implementando otras nuevas adaptándonos a las diferentes situaciones, escenarios y normativas legales que se han ido contemplando en cada momento. Entre ellas, cabe destacar el mantenimiento de la modalidad de teletrabajo para todos aquellos puestos en los que ha sido posible.

Durante el año 2021, las principales líneas que hemos abordado desde la Prevención de Riesgos Laborales han sido:

- Continuar con la gestión de la crisis sanitaria, minimizando el impacto de la Covid 19 en la operativa de la compañía.
- Gestión de los incidentes ocurridos, intentando mejorar en los índices de accidentalidad.
- Gestión del clima laboral.
- Plan de mejora de las condiciones de trabajo,

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.

Los indicadores de seguridad y salud en el trabajo constituyen el marco para evaluar hasta que punto se protege a los trabajadores de los peligros y riesgos relacionados con el trabajo:

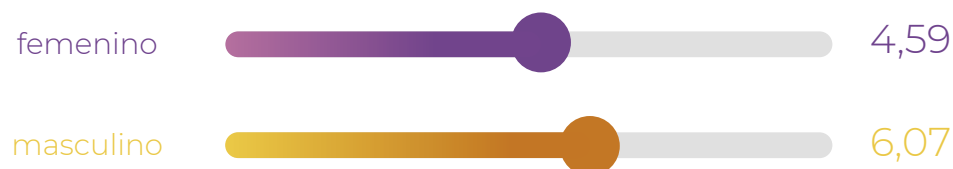
- INDICE DE ABSENTISMO.
- INDICE DE FRECUENCIA DE ACCIDENTES.
- INDICE DE GRAVEDAD DE ACCIDENTES.
- N° ACCIDENTES CON DÍAS PERDIDOS.
- ENFERMEDAD PROFESIONAL.

	ÍNDICE DE ABSENTISMO	ÍNDICE DE FRECUENCIA DE ACCIDENTES	ÍNDICE DE GRAVEDAD DE ACCIDENTES	Nº DE ACCIDENTES CON DÍAS PERDIDOS	ENFERMEDAD PROFESIONAL
Hombres	4,24	20,85	12,92	18	0
Mujeres	1,54	12,39	0,29	24	0

ÍNDICE DE ABSENTISMO(%)



ÍNDICE DE FRECUENCIA DE ACCIDENTES(%)



ÍNDICE DE GRAVEDAD DE ACCIDENTES(%)



Para este período de 2021 tenemos que destacar que los 42 accidentes que se han producido en la compañía MARKTEL han sido categorizados como accidentes leves por la Mutua de accidentes.

Las causas principales han sido fundamentalmente golpes y caídas.

El grupo MARKTEL **no ha tenido identificada ninguna enfermedad profesional** en el año 2021.

9.4. 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, Marktél 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 Marktél están cubiertos por convenios colectivos.

9.5. Formación

Marktél ha realizado una importante inversión en formación en el año 2021 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 Marktél, 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:

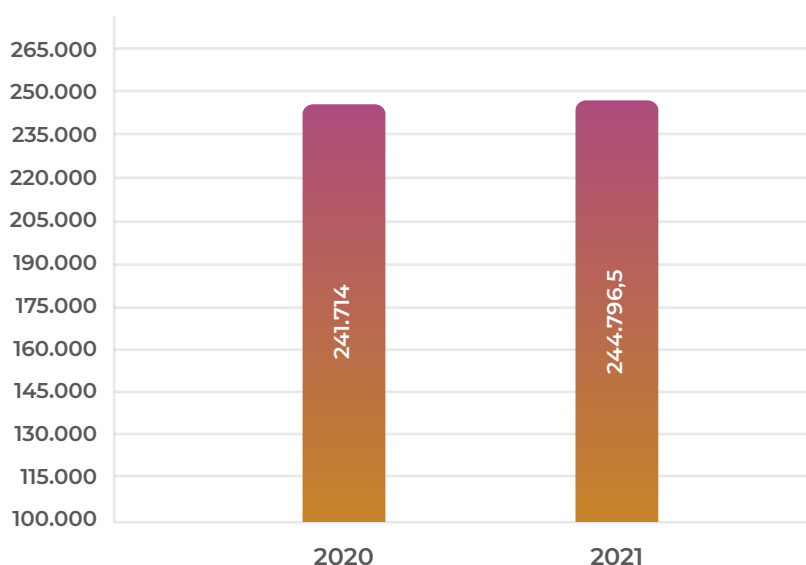
En este último caso, cada Responsable de Servicio, así como los Responsables de cada Departamento, son los encargados de transmitir las necesidades formativas que puedan surgir (a parte de las comentadas) específicas de cada área.

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.

TIPO DE FORMACIÓN	SEDES					TOTALES
	MADRID	VALENCIA	ALBACETE	ELVAS	COLOMBIA	
Formación inicial	55.411	58.030,5	9.589	58.546	43.884	225.460,5
Formación de reciclaje	3.113	7.400	100	2.269	-	12.882
Formación complementaria	2.730	1.975	180	-	6.454	6.454
						244.796,5

Las **horas de formación por área** impartidas en el año 2021 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.

9.6. Accesibilidad universal

Un total de **78 personas** con discapacidad trabajan en Marktél a fecha 31/12/2021.

Además de la contratación directa de personas con diversidad funcional, Marktél 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 **400.000€ 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.

9.7. Igualdad

Marktél tiene actualmente en vigor un **Plan de Igualdad**, 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 2021, 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.



10 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

Objetivos	Acciones	Principios relacionados	ODS vinculados
Creación de identidad corporativa socialmente responsable.	Incluir en la nueva Web corporativa información sobre las medidas de RSE de la compañía.	Principio 1 Principio 2	 
Definir una cultura organizacional socialmente responsable.	Revisión del código ético.	Principio 3 Principio 4	
Establecimiento de políticas en materia de RSE a nivel de grupo.	Elaborar/aprobar/comunicar política antifraude.	Principio 6 Principio 10	

Eje Social

Proporcionar a los empleados acceso al desarrollo de habilidades, formación y aprendizaje práctico y oportunidades para la promoción profesional de manera equitativa y no discriminatoria.	Elaborar metodología de evaluación del desempeño. Actualización de las herramientas de detección de necesidades formativas del personal y plan de formación anual.	Principio 1	 
Proporcionar medidas de conciliación laboral que posibilite el equilibrio entre vida privada y profesional.	Actualización del plan de igualdad.	Principio 2	 
Actualizar la sistemática en el proceso compras con criterios responsables sociales y ambientales.	Incorporar y actualizar cláusulas en contratos de nuestros proveedores con criterios ambientales, sociales, buen gobierno.	Principio 3 Principio 4	 
Definición y ejecución del plan de iniciativas / programas sociales y despliegue en las distintas empresas del grupo.	Elaborar un plan de iniciativas y programas sociales (proyectos que contribuyan al desarrollo sostenible de las comunidades donde Marktel opera).	Principio 6 Principio 8 Principio 10	  

Eje Medioambiental			
Objetivos	Acciones	Principios relacionados	ODS vinculados

Implantar medidas desde una perspectiva de sostenibilidad evaluando, reduciendo y mitigando los riesgos e impactos ambientales.

Ampliar el alcance del sistema de gestión ambiental (ISO 14001)
Plan de renovación de todos los equipos informáticos sustituyéndolos por otros que cumplan con la normativa Energy Star.

- Principio 1
- Principio 2
- Principio 7
- Principio 8
- Principio 9



Eje Económico

Implantar medidas desde una perspectiva de sostenibilidad evaluando, reduciendo y mitigando los riesgos e impactos ambientales.

Ampliar el alcance del sistema de gestión ambiental (ISO 14001)
Plan de renovación de todos los equipos informáticos sustituyéndolos por otros que cumplan con la normativa Energy Star.

- Principio 1
- Principio 2
- Principio 3
- Principio 4
- Principio 6
- Principio 8
- Principio 10



● 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 2021 no se ha recibido ninguna denuncia por vulneración de los derechos humanos.



LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO

Desde el 2020 está en proceso de la implantación en la organización de un Sistema de Gestión de Compliance Penal, 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

12

12.1. 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, Portugal y Colombia, 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 2021 Marktel ha formalizado más de 3.000 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 2021.

Desarrollar procesos de promoción interna a sus trabajadores para que desarrollen al máximo su potencial y talento. En el año 2021 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. El objetivo en estos últimos años ha sido ampliar progresivamente 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 2021, aún ha estado marcado por la crisis sanitaria provocada por la pandemia de Covid-19, lo que ha supuesto que varias de las iniciativas sociales previstas tuvieran que adaptarse a esta situación priorizando la seguridad y salud de los voluntarios y usuarios.



Reto #MarktelEsMas por los hábitos saludables:



Marktel organizó un reto deportivo, consistente en fomentar el ejercicio físico entre los empleados durante el mes que duró la campaña. A través de una APP los trabajadores de las sedes de España y Portugal que participaron pudieron registrar sus pasos. El objetivo era alcanzar una media de 10.000 pasos diarios y entre todos, lograr dar la vuelta al mundo. Si el personal lo lograba, Marktel se comprometía a realizar una donación al Banco de Alimentos de España y Portugal.

La iniciativa tuvo una gran acogida logrando 480 participantes y alcanzamos con creces el objetivo marcado, logrando 69.990.891 pasos, y consiguiendo la donación económica con la que esperamos haber ayudado a familias con especiales dificultades.

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



Curso de iniciación al telemarketing con Fundación Progresia:



Junto con la Fundación Progresia, voluntarios de Marktel participaron en el curso de "Iniciación al Telemarketing" que se impartió a favor de jóvenes estudiantes de formación profesional del instituto Teide (Madrid). En esta jornada pudieron aprender técnicas básicas de atención al cliente y conocieron más sobre el sector.

Así mismo, visitaron las oficinas de Marktel en Madrid donde pudieron observar como funciona un call center y los distintos tipos de servicios que aquí se desarrollan.

Esta jornada se desarrolló con todas las medidas de prevención necesarias para garantizar la salud de los participantes.

Con este tipo de iniciativas, se consigue trasladar a los jóvenes formación práctica de aplicación en múltiples trabajos y les aporta una visión motivadora sobre el sector y, en general, sobre la búsqueda de empleo.



Los Reyes Magos desde casa:



En las Navidades de 2021 aún marcadas por la pandemia y donde las reuniones presenciales estaban muy limitadas, Marktel no pudo organizar su tradicional día de los Reyes Magos para los hijos de los empleados.

En su lugar se lanzó el proyecto "Los Reyes Magos: Ilusión Colectiva", gracias al cual los niños y niñas pudieron tener una videollamada con Sus Majestades Los Reyes Magos de Oriente, en la que disfrutaron junto a sus familias de una experiencia totalmente personalizada desde sus casas.

85 niños disfrutaron de esta actividad.

12.2. 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).

12.3. 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 2021, son las siguientes:

CONCEPTO	ESPAÑA	PORTUGAL	COLOMBIA
Resultado antes del Impuesto de Sociedades	5.566.872,70	717.802,23	50.605,18
Impuesto sobre beneficios pagado	262.650,21	143.405,63	-73.951,97

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

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
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 Interactivo Contact Center, S.A.
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios.	Apartado 4: Sobre Marktel.
102-3	Ubicación de la sede central.	C/ Salvatierra, 5, 28034, Madrid, España.
102-4	Ubicación de las operaciones.	Apartado 4: Sobre Marktel.
102-5	Propiedad y forma jurídica.	Ecu Consultores y Gestores, S.L. y sociedades dependientes.
102-6	Mercados y servicios.	Apartado 4: Sobre Marktel.
102-7	Tamaño de la organización.	Apartado 4: Sobre Marktel. Apartado 9.1.: Capital Humano.
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores.	Apartado 9: Dimensión social.
102-9	Cadena de suministro.	Apartado: 12.2: Gestión responsable de la cadena de suministros.
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de valor.	Apartado 4: Sobre Marktel.
102-11	Enfoque de precaución.	Apartado 6.4.: Políticas. Apartado 7: Código ético y de conducta. Apartado 8.1.: 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.
102-12	Iniciativas externas.	Apartado 8: Dimensión medioambiental. Apartado 9: Dimensión Social. Apartado 10: Información sobre DDHH. Apartado 12: Compromiso social.

GENERAL

GRI	RESUMEN	COMENTARIO
102-13	Afiliación a asociaciones.	Apartado 4: Sobre Marktel.
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisión.	Apartado 2: Carta de la dirección.
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 periodo concreto de análisis. Así mismo, la organización dispone de una metodología de identificación y análisis de riesgos, oportunidades y tratamiento de impactos.
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta.	Apartado 4: Sobre Marktel (misión, visión y valores). Apartado 6: Análisis de materialidades y políticas. Apartado 7: código ético y de conducta. Apartado 10: Información sobre los DDHH.
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas.	Apartado 7: código ético y de conducta. En el año 2021 Marktel no ha recibido ninguna denuncia ni solicitud de asesoramiento a través del canal ético.
102-18	Estructura de gobernanza.	Apartado 4: Sobre Marktel (Gobierno corporativo y estructura de gobernanza).
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).
102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales.	Apartado 6: análisis de materialidades y políticas . 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.
102-22	Composición del órgano máximo de gobiernos y sus comités.	Apartado 4: Sobre Marktel (Gobierno corporativo y estructura de gobernanza).
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno.	Apartado 4: Sobre Marktel (Gobierno corporativo y estructura de gobernanza).
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 7: código ético y de conducta. Apartado 11: lucha contra la corrupción y el soborno.
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección, propósitos, valores y estrategia.	Carta de la dirección. Apartado 4: Sobre Marktel (Gobierno corporativo y estructura de gobernanza).
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 4: Sobre Marktel (Gobierno corporativo y estructura de gobernanza).
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos ambientales y sociales.	Apartado 6: Análisis de Materialidades y políticas.

GENERAL

GRI	RESUMEN	COMENTARIO
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 6: Análisis de Materialidades y políticas.
102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones críticas.	Apartado 6: Análisis de Materialidades y políticas.
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 9.1. Capital Humano.
102-40	Lista de grupos de interés.	Apartado 6: Análisis de Materialidades y políticas.
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 6: Análisis de Materialidades y políticas.
102-43	Enfoque para la participación de grupos de interés.	Apartado 6: Análisis de Materialidades y políticas.
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados.	Apartado 6: Análisis de Materialidades y políticas.
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 3: introducción.
102-47	Lista de temas materiales.	Apartado 6: Análisis de Materialidades y políticas.
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 2021.
102-51	Fecha del último informe.	2020.
102-52	Ciclo de elaboración de informes.	Anual.
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.
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.

GENERAL

GRI	RESUMEN	COMENTARIO
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
201-2	Valor económico directo generado y distribuido.	Apartado 5: Nuestras cifras. Apartado 12.3. Información Fiscal.
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 12.3. Información Fiscal.
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 9.1. Capital Humano.
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 12.3. Información Fiscal. Se puede ampliar información en las cuentas anuales presentadas ante el RM.
203-2	Impactos económicos indirectos significativos.	Apartado 12.3. Información Fiscal. Se puede ampliar información en las cuentas anuales presentadas ante el RM.
204	Prácticas de adquisición.	Apartado 12.2: Gestión responsable de la cadena de suministro.
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción.	Apartado 11: Lucha contra la corrupción y el soborno.
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción.	Apartado 11: Lucha contra la corrupción y el soborno.
205-3	Casos de corrupción confirmadas 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
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen.	Apartado 8: Dimensión Ambiental.
301-2	Insumos reciclados utilizados.	Apartado 8: 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 8: Dimensión Ambiental.
302-2	Consumo energético total.	Apartado 8: Dimensión Ambiental.
302-3	Intensidad energética.	Apartado 8: Dimensión Ambiental.
302-4	Reducción de consumo energético.	Apartado 8: Dimensión Ambiental.
302-5	Reducciones de los requerimientos energéticos de los productos y servicios.	Apartado 8: 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	Emissiones directas e indirectas de GEI (alcance 1).	Apartado 8: Dimensión Ambiental.
305-2	Emissiones indirectas de GEI (alcance 2).	Apartado 8: Dimensión Ambiental.
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3).	Apartado 8: Dimensión Ambiental.
305-4	Intensidad de emisiones energéticas.	Apartado 8: Dimensión Ambiental.
305-5	Reducción de las emisiones de GEI.	Apartado 8: Dimensión Ambiental.
305-6	Emissiones de sustancias que agotan la capa de ozono.	Apartado 8: 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 8: Dimensión Ambiental.
306-3	Derrames significativos.	0
306-4	Transporte de residuos peligrosos.	Apartado 8: 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

AMBIENTAL

GRI	RESUMEN	COMENTARIO
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
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.	Apartado 9.1.: Capital Humano 2020.
401-2	Prestaciones sociales a los empleados.	Apartado 9.2: Organización del trabajo. Apartado 9.4: Relación laboral .
401-3	Permiso parental	Apartado 9.2: Organización del trabajo.
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.
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 9.3.: Seguridad y salud.
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 9.5.: Formación.
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición.	Apartado 9.5.: Formación. Apartado 9.2.: Organización del trabajo.
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional.	Evaluaciones periódicas de todo el personal de operaciones. Sí 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 9.1.: Capital Humano.
405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres.	Apartado 9.1.: Capital Humano.
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 10: Información sobre los DDHH. Apartado 12.2: Gestión responsable cadena de suministro.

ORGANIZATIVO Y SOCIAL

GRI	RESUMEN	COMENTARIO
408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil.	Apartado 10: Información sobre los DDHH. Apartado 12.2: Gestión responsable cadena de suministro.
409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio.	Apartado 10: Información sobre los DDHH. Apartado 12.2: Gestión responsable cadena de suministro.
410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos.	Marktél 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 10: Información sobre los DDHH.
412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos.	El código ético está disponible para todos los trabajadores a través de la Intranet. Así mismo, algunas políticas elaboradas por el área de RSE están disponibles para los empleados de Marktél 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 12.2 Gestión responsable de la cadena de suministro.
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo.	Apartado 12.1: Impacto en el empleo y desarrollo local.
413-2	Operaciones con impactos negativos significativos- reales o potenciales- en las comunidades locales.	La actividad de Marktél no provoca impactos negativos significativos en las comunidades locales en las que ejerce su actividad. Apartado 12.1: impacto en el empleo y desarrollo local.
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 Marktél 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 Marktél 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.

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 2021 que se componen de las adjuntas hojas número 1 a 55.

Madrid, 31 de marzo de 2022.

D. José María Horrillo López de Rey
Presidente

D^a. Vanda Grande Fiordeponti
Consejera

D^a. Livia María Horrillo Grande - Fiordeponti
Consejera

D. Miguel Ángel Molina Carrón
Consejero

An aerial photograph of a dense forest with a mix of green and brown foliage. The word "markt" is written in white, lowercase, sans-serif font in the center of the image. The top of the image is partially obscured by a dark blue gradient, and the bottom by a gradient transitioning from orange to pink.

markt