

marktel



MEMORIA SOSTENIBILIDAD **2022**

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	18
8.3. Emisiones	21
8.4. Gestión de residuos	21

01



9. DIMENSIÓN SOCIAL	24
9.1. CAPITAL HUMANO 2021	26
9.2. Organización del trabajo	32
9.3. Seguridad y salud	34
9.4. Relación laboral	36
9.5. Formación	36
9.6. Accesibilidad universal	38
9.7. Igualdad	38
10. INFORMACIÓN SOBRE LOS DERECHOS HUMANOS	39
11. LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO	41
12. COMPROMISO SOCIAL	42
12.1. El impacto en el empleo y el desarrollo local	42
12.2. Gestión responsable de la cadena de suministros	44
12.3. Información fiscal	44
ANEXO 1	45



La primera reflexión que debemos hacernos es que el año 2022 ha sido el de la vuelta a la normalidad. Una vuelta muy complicada porque conlleva el evaluar los daños ocasionados en las empresas por el confinamiento y sus efectos colaterales y la dificultad de poner en marcha aquellos proyectos que tuvieron que ser pospuestos o cancelados.

Por lo tanto, se vuelve a aminorar la extensión del teletrabajo que en nuestra empresa tomó especial relevancia durante la pandemia y la iniciativa junto a nuestros clientes de nuevas operaciones que tienen como objetivo recuperar la velocidad de crucero que se tenía y que se vio frenada por estas circunstancias.

No obstante, los resultados han sido aceptables y podemos afirmar que la Compañía ha seguido creciendo con nuevos clientes sin perder su continuidad con los antiguos lo que ha permitido la cumplimentación de los objetivos fijados. Se han finalizado varias operaciones de compra inmobiliaria en Valencia, que han incrementado el patrimonio inmobiliario de la Sociedad y completado el control de nuestra filial en Colombia que necesitaba un reforzamiento de sus estructuras de cara a unificar criterios e iniciativas en común con la sede central.

Confirmamos nuestro compromiso con el Pacto Mundial que desarrollaremos en continuidad con las empresas de años anteriores, compromiso que se entiende no solo sería en España sino para nuestras filiales de Portugal y Colombia, con el fin de hacer de nuestra empresa un modelo de negocio sostenible que, en su crecimiento, crea valor económico, medioambiental y social. Por todo ello, continuaremos integrando en nuestra hoja de ruta, iniciativas y acciones que velen por el cumplimiento de los derechos humanos y los objetivos de desarrollo sostenible.

Este esfuerzo no sería posible sin el compromiso de todos y cada uno de los que formamos parte de esta empresa, a los que, hago llegar mi agradecimiento y mis deseos de un futuro mejor

*Muchas gracias a todos
Un cordial saludo,*

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

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 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 2022.

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.

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 hemos invertido en una estrategia basada en la integración de la consultoría, el desarrollo de soluciones digitales y la gestión de servicios.

Desarrollamos soluciones que garantizan la optimización de los procesos, integrando nuevas tecnologías en favor de la experiencia del cliente y de los empleados.

La metodología empleada en la transición y toma de control de nuevos proyectos, facilita la rápida implantación minimizando los riesgos y potenciando la consecución de KPI's y niveles de servicio.

Aplicamos técnicas de analítica avanzada para extrapolar información en tiempo real, que nos facilita la toma de decisiones en pro de la mejora continua.

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.

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.

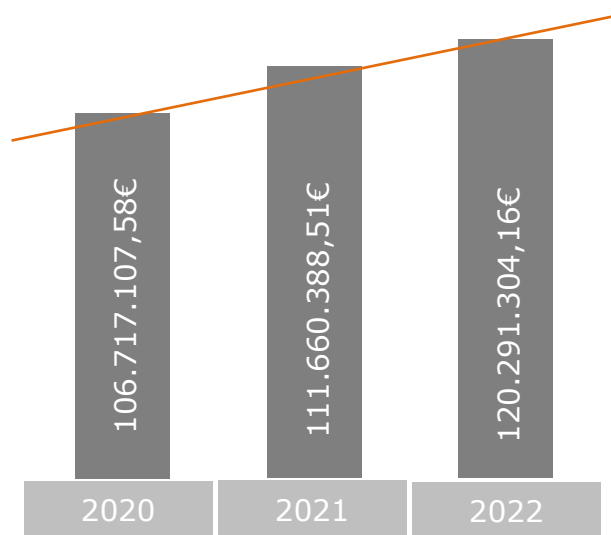
Esta es la base de M.A.I.O. (Marktel Analítica Integral Operativa), que conforma un nuevo paradigma operativo que incorpora la Inteligencia Artificial como elemento conductor a lo largo del journey de cliente, a fin de alimentar modelos que permiten ampliar el conocimiento del cliente, y tomar decisiones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

El equipo BPI trabaja estrechamente con el Área de innovación para aplicar con pragmatismo tecnologías de desarrollo propio o de mercado, en favor de la eficiencia. Omnicanalidad, chatbots, voicebot, sistemas conversacionales, Inteligencia artificial lead nurturing, RPA, autoservicio, entre otros, forman parte de MARKTEL es +

Por último y como herramienta que incrementa la eficacia tanto a nivel estratégico como operativo, mencionar el Sistema Integrado de Gestión que actúa en dos áreas: Quality & Technology Management.

La primera, Quality Management, formada por los esquemas de calidad, gestión de riesgos, organización de procesos y procedimientos, que normalizan la excelencia como base de la gestión operativa. Y la segunda, Technology Management, formada por los esquemas de continuidad de negocio, seguridad de la información y gestión de servicios de soporte IT, con el fin de "eficientar" y garantizar la prestación de servicios.

Nuestra metodología de trabajo ha impulsado el crecimiento económico, cerrando el año 2022 con una facturación de más de 120 MM de euros.



En nuestro proyecto participan cerca de 6.000 profesionales al servicio del cliente, operando desde 14 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.



Misión

Marktel es una organización FULLBPO 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

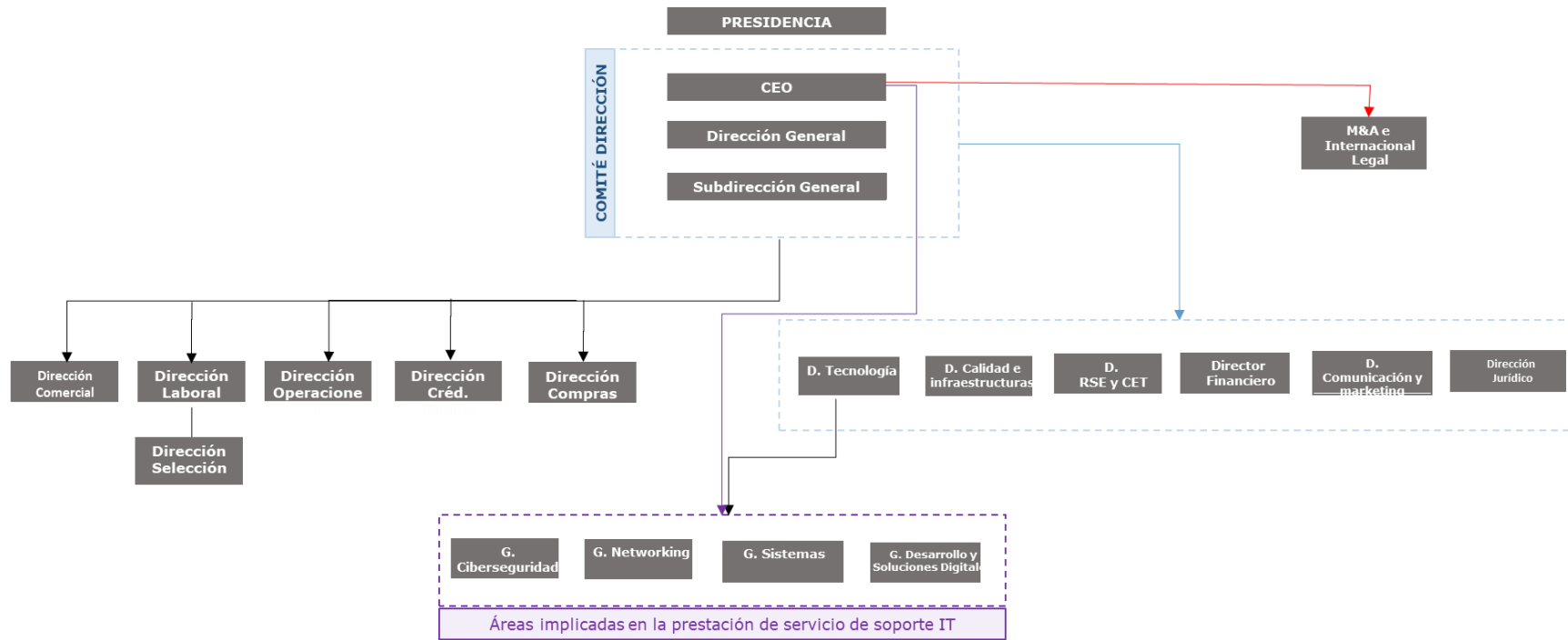
- Transparencia.
- Eficacia y profesionalidad, tanto personal como corporativa.
- Integridad y confianza.
- Responsabilidad medioambiental.
- Compromiso.
- Innovación.
- Desarrollo sostenible.



Consejo de Administración

- | | |
|---------------------------|-------------------|
| • Don José María Horrillo | <i>Presidente</i> |
| • Livia Horrillo | <i>Consejera</i> |
| • Miguel Ángel Molina | <i>Consejero</i> |

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)

05

NUESTRAS CIFRAS

Dimensión Económica	2022	2021	2020	2019
Resultado antes de Impuesto de Sociedades	2.689.193,06€	6.335.280,11	5.059.198,36	2.243.663,89
Impuestos sobre beneficios pagados	383.513,59€	332.103,87	-812.950,73	352.553,36
Subvenciones y donaciones (FUNDAE)	172.496,14€	177.853,92	123.294,95	152.049,75
Dimensión Social	2022	2021	2020	2019
Número de empleados	5978	5.749	5.582	4.437
Porcentaje de Mujeres	72%	64%	61%	54%
Horas de Formación	295.644	244.797	241.713	63.897
Dimensión Ambiental	2022	2021	2020	2019
Emisiones atmosféricas (Tn de CO2 eq)	671,27	15,14	2,933	---
Consumo eléctrico (Kwh)	2.700.052,88	2338321	3752117	1978875
Residuos totales (Tn)	7,607	5,854	6,762	---

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 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**

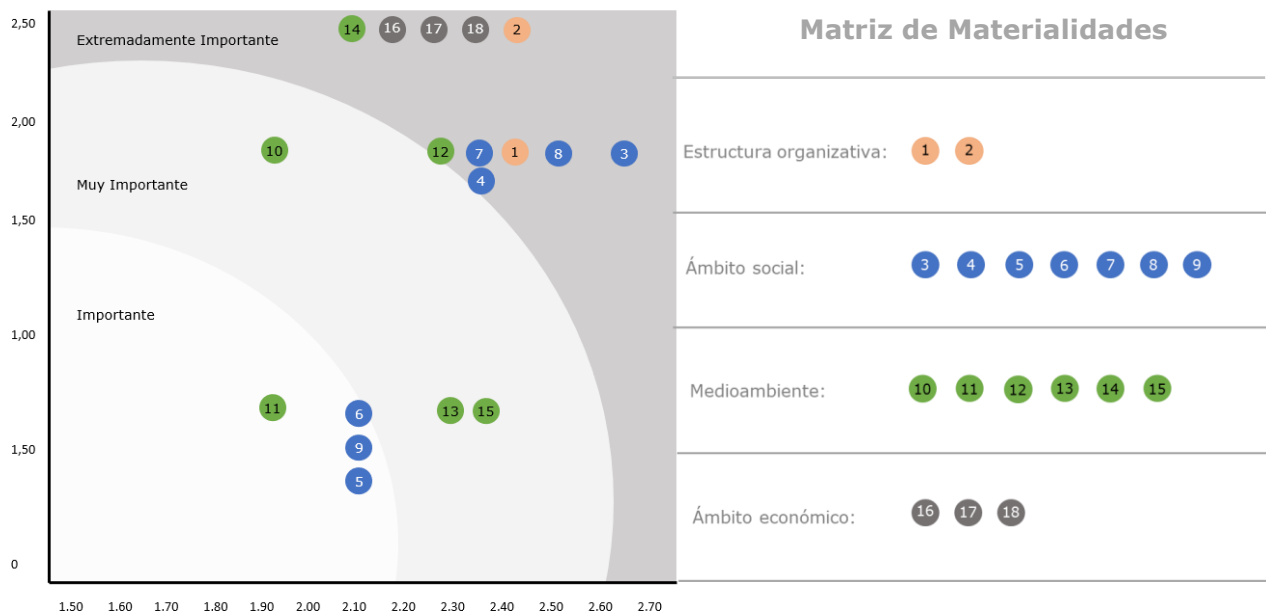
6.2. Materialidades

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 | 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 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 Marktel ha establecido. Como resultado, las principales magnitudes, han sido durante 2022, 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 2022. En este sentido, a lo largo del 2023, 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 vean 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

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.



6.4. Políticas

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

- **Política del SIG:** Declaración de intenciones acerca del compromiso con la calidad de sus servicios, el medio ambiente, la gestión del 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 medios digitales y en diferentes zonas de las instalaciones de la organización.
- **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 Responsabilidad Social Empresarial:** Documento en el que se establece los principios guía para el desarrollo sostenible y responsable de la compañía.

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 primer semestre de 2021, Marktel 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. En 2022, la compañía se ha certificado en PCI-DSS en Elvas (Portugal). Para el 2023 está previsto certificarse en la norma UNE-EN-ISO 27701 (Sistemas de gestión de privacidad de la información).

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. Durante el segundo semestre del 2023, se va a actualizar el canal de denuncias disponible para todos los grupos de interés.

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

Marktel 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 comportamiento ilícito que contravenga los principios recogidos en este documento a través de una dirección específica de correo electrónico. 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. 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 2022, aunque se han recibido notificaciones por este canal, ninguna se ha llevado a trámite puesto que se trataba de consultas sobre procedimientos internos de la organización. Asimismo, tampoco se ha recibido ninguna solicitud de asesoramiento en materia ética o legal.

En el primer semestre de 2023, se pondrá en funcionamiento un canal de denuncias que sustituirá al correo electrónico citado.

08

DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL

8.1. Enfoque de precaución

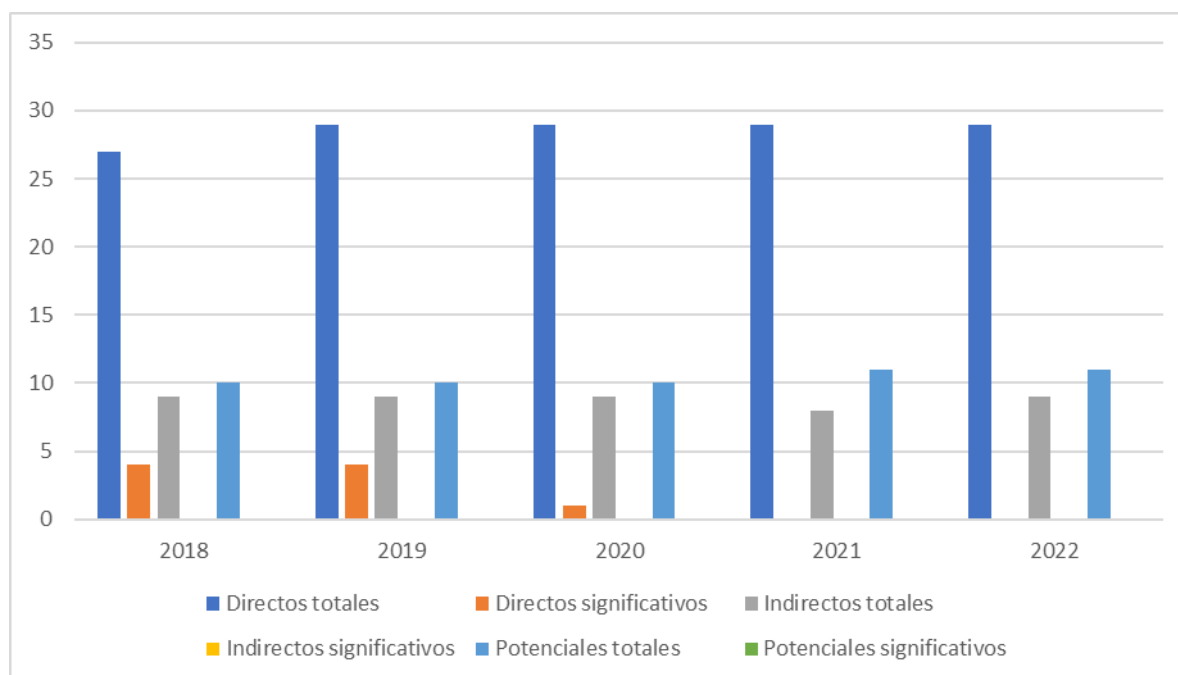
La gestión ambiental de la organización se basa en el principio de precaución, con un enfoque basado en la gestión del riesgo en referencia a la planificación de la operación ante el lanzamiento de nuevos servicios. Para ello, desde el seno de la organización se lleva a cabo una Evaluación de los Aspectos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

EVALUACIÓN DE ASPECTOS AMBIENTALES



8.2. Consumo energético

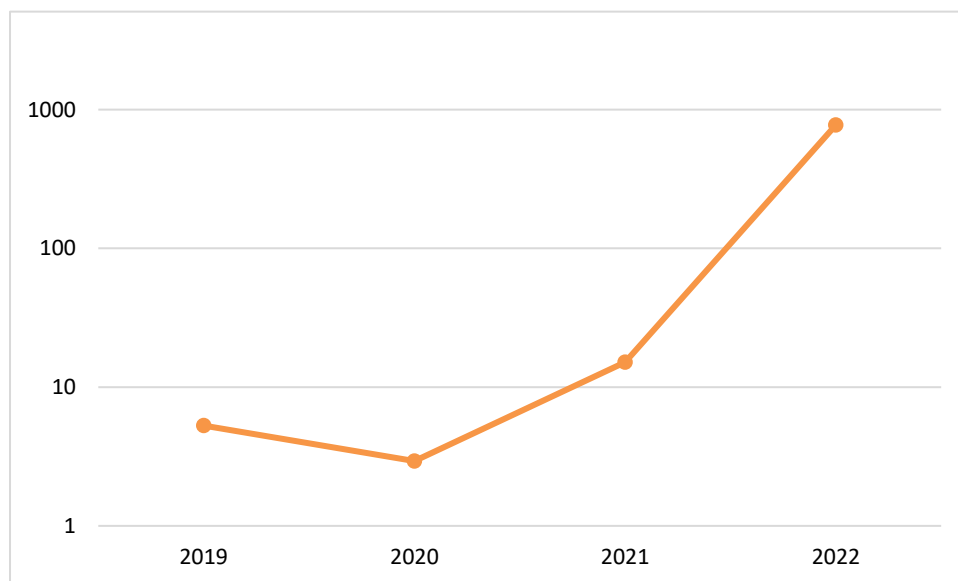
El consumo energético total de Marktel para el año 2022 ha sido de: 2.700.052,88

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

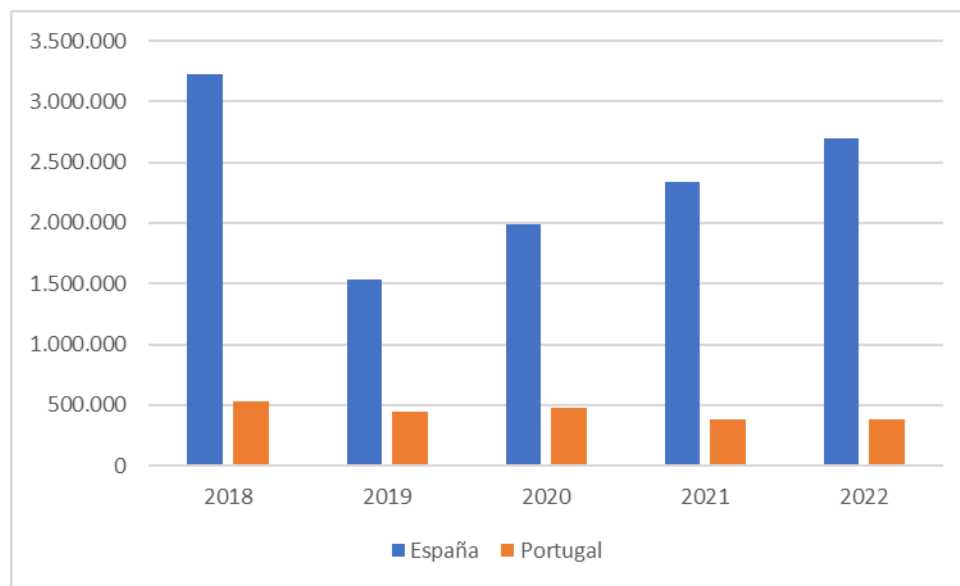
	CONSUMO PROVINIENTE DE FUENTES NO RENOVABLES			
	2019	2020	2021	2022
Litros Gasóleo tipo B ⁽¹⁾	1953,5	1092	5772,78	11.424,27
Kwh anuales España ⁽¹⁾	-(2)	-(2)	-(2)	2.700.052,88
Kwh anuales Portugal ⁽¹⁾	-(2)	-(2)	-(2)	379.527,54
Kg de CO2	5290,078	2933,112	15139,12	774.508,11
Tn de CO2 eq	5,290	2,933	15,14	774,507

- (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. Junio 2023 para Gasóleo tipo B y compañías eléctricas correspondientes (Iberdrola clientes, SAU, Endesa Energía, SAU y EDP Clientes, SAU)
- (2) 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.

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



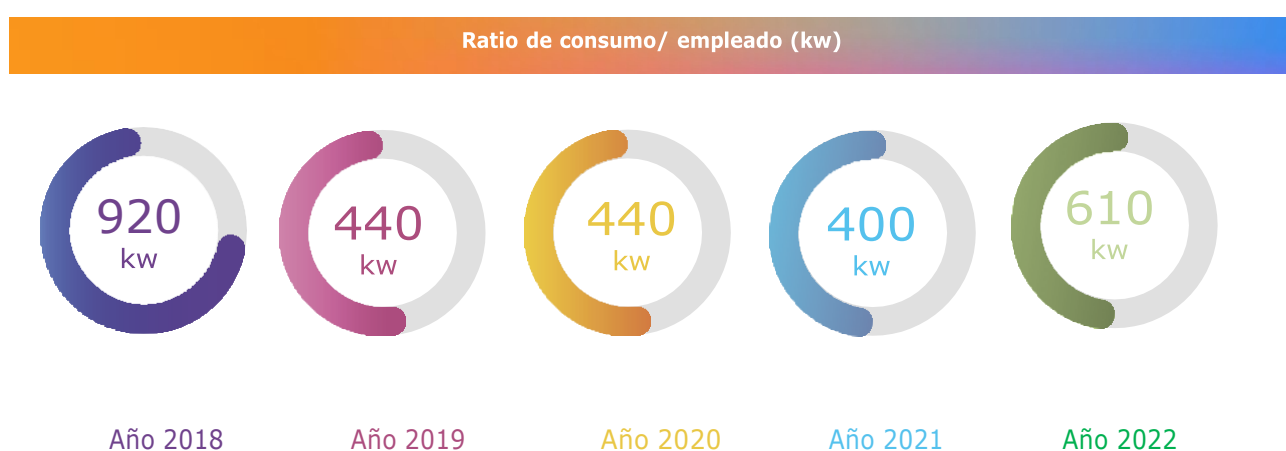
Evolución consumo eléctrico de Marktel (kw)



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	2022
Consumo total	3752117	1978875	2463009	2717849	3.079.580
% Reducción	---	-47,26%	-34,36%	-27,56%	-17,92%
Empleados	4059	4437	5582	5749	5014
Ratio consumo/empleado (kw)	924	446	441	407	614,20

- (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.



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 2022 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 2022 de Marktel es de 774,507 Tn de CO2 eq.

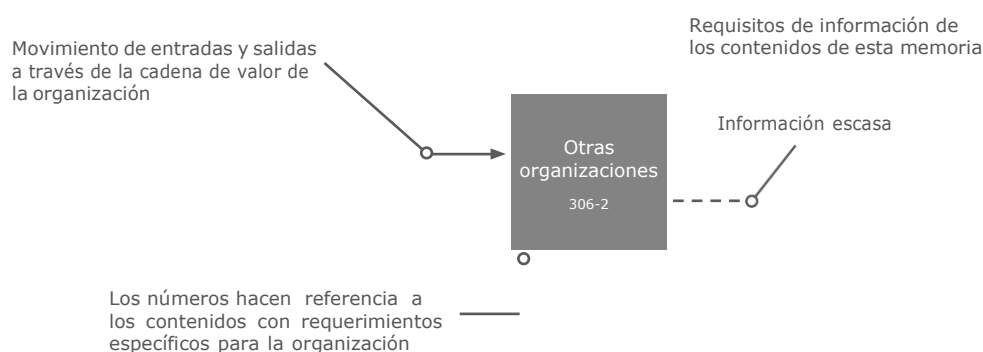
Tn de CO2 eq.	
Alcance 1	30,90
Alcance 2	743,60
Alcance 3	---
Intensidad de las emisiones GEI	0,15 Tn de CO2 eq. /empleado

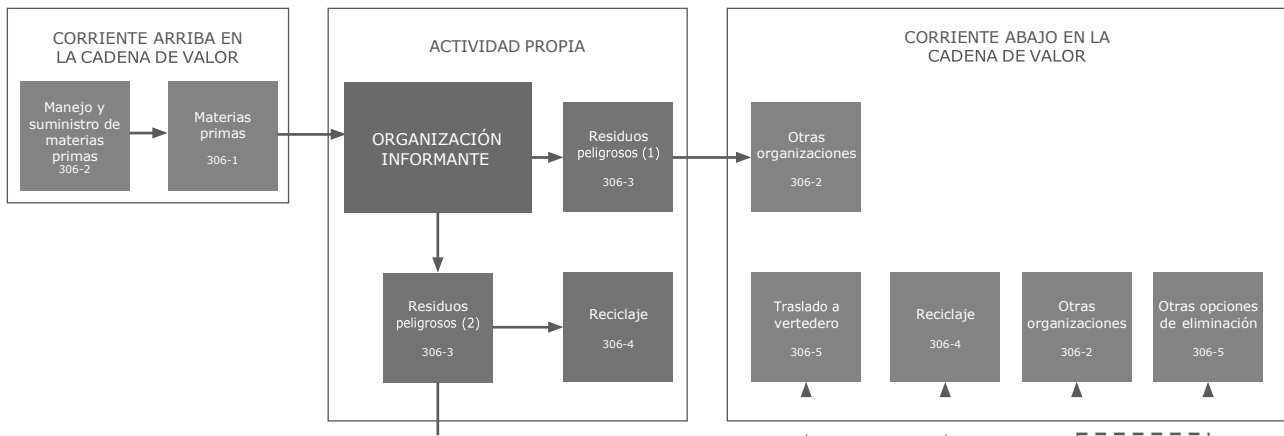
- (1) Alcance 1: Se incluyen las fuentes que son controladas o son propiedad de la empresa. Combustión fija derivada de la quema de combustible en grupos electrógenos y emisiones fugitivas de gases refrigerantes de los equipos de aire acondicionado.
- (2) Alcance 2: Consumo de energía eléctrica.
- (3) Alcance 3: La organización no reporta datos.
- (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 2022 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:

- 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:

- Formulación de políticas de compras.
- Formulación de políticas ambientales con vinculación directa y/o indirecta en la selección de los proveedores.
- Establecimiento de esquemas y certificación de estos que aseguren la gestión correcta de residuos.

3. Intervención al final de la vida útil:

- Mejora en la clasificación de los residuos.
- Selección de proveedores adecuados para la gestión.
- 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)	Residuos no destinados a eliminación (Tn)	Residuos destinados a eliminación (Tn)
RAEES	3,365	0	3,365
Tóner	0,061	0	0,061
Papel	4,181	0	4,181
Residuos totales (Tn)	7,607	0	7,604

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	7,546	0	7,546
Otras operaciones de valorización	0,061	0	0,061
Total (Tn)	7,607	0	7,607

09

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 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 Marktel hace una importante inversión anual en formación para sus empleados.

DATOS DESTACADOS:



MÁS DE 5.900 TRABAJADORES



72 % MUJERES



295.644 HORAS DE FORMACIÓN

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 2022

TOTAL PLANTILLA: 5.978

Distribución por país



Distribución por sexo



4306 mujeres (72% del total)



1672 hombres (28% del total)

Hay 2,56 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
indefinidos



contratos
temporales



3403 contratos indefinidos
886 contratos temporales



1003 contrato indefinidos
666 contratos temporales

Distribución por jornada



contratos jornada
parcial



contratos jornada
completa



2005 contratos jornada completa
2379 contratos jornada parcial



936 contratos jornada completa
638 contratos jornada parcial

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.

El ratio de rotación actual es:

Rotación	
HOMBRES	MUJERES
18%	22%

Pese a ello, el 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 del 12%.

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		
	SEXO	SALARIO ANUAL CONVENIO
TELEOPERADOR	F	14.000,00 €
	M	14.000,00 €
TEL. ESPECIALISTA	F	14.273,00 €
	M	14.273,00 €
GESTOR	F	15.094,08 €
	M	15.094,08 €
COORDINADOR	F	15.641,86 €
	M	15.641,86 €
SUPERVISOR B	F	16.463,04 €
SUPERVISOR A	M	17.245,16 €
	F	17.245,16 €
JEFE/ RESPONSABLE	M	20.217,10 €
	F	20.217,10 €
JEFE 1ª	M	17.594,40 €
	F	17.594,40 €
TEC.ADMINISTRATIVO	M	15.664,44 €
	F	15.664,44 €
MANTENIMIENTO	M	14.000,00 €

PORTUGAL

	SEXO	SALARIO ANUAL CONVENIO
<i>Operador call center</i>	F	10.903,00 €
	M	10.903,00 €
<i>Coordinador</i>	F	12.000,00 €
	M	12.000,00 €
<i>Recepcionista</i>	F	12.500,00 €
	M	12.500,00 €
<i>Supervisor</i>	F	14.000,00 €
	M	14.000,00 €
<i>Tec Infomatica</i>	F	15.000,00 €
	M	15.000,00 €
<i>Tec Selecção</i>	F	13.000,00 €
	M	13.000,00 €
<i>Tec Recursos Humanos</i>	F	14.500,00 €
	M	14.500,00 €
<i>Force Desck</i>	F	12.000,00 €
	M	12.000,00 €
<i>Formador</i>	F	12.000,00 €
	M	12.000,00 €
<i>Ass Selecccion</i>	F	10.903,00 €
	M	10.903,00 €
<i>Back Office</i>	F	10.903,00 €
	M	10.903,00 €
<i>Jefe Servicio</i>	F	17.000,00 €
	M	17.000,00 €
<i>Quality</i>	F	10.903,00 €
	M	10.903,00 €
<i>Responsable Servicio</i>	F	18.000,00 €
	M	18.000,00 €
<i>Responsable Force Desk</i>	F	13.860,00 €
	M	13.860,00 €
<i>Tec Sistemas</i>	F	15.000,00 €
	M	15.000,00 €
<i>Mantenimento</i>	F	14.916,00 €
	M	14.916,00 €

COLOMBIA

	SEXO	SALARIO ANUAL CONVENIO*
Teleoperador	M	\$ 1.000.000,00
	F	\$ 1.000.000,00
Teleoperador especializado	M	\$ 2.003.000,00
	F	\$ 1.800.000,00
BACKOFFICE	M	\$ 1.000.000,00
	F	\$ 1.000.000,00
ANALISTA PLANEACIÓN Y CONTROL DE LA PROD	M	\$ 1.919.405,00
	F	\$ 1.919.405,00
ENTRENADOR	M	\$ 1.485.687,00
	F	\$ 1.485.687,00
TEAM LIDER	M	\$ 1.738.744,00
	F	\$ 1.738.744,00
COORDINADOR OPERATIVO	M	\$ 2.800.000,00
	F	\$ 2.800.000,00
JEFE DE OPERACIONES	M	\$ 3.200.000,00
	F	\$ 3.200.000,00
DIRECTOR DE OPERACIONES	M	\$ 4.898.000,00
	F	\$ 4.898.000,00
GERENTE DE OPERACIÓN	M	\$ 10.000.000,00
	F	\$ 10.000.000,00
TECNICO SOPORTE TI	M	\$ 1.327.000,00
	F	\$ 1.327.000,00
PROFESIONAL TI	M	\$ 3.233.399,00
	F	\$ 3.233.399,00
JEFE TECNOLOGIA	M	\$ 3.806.208,00
	F	\$ 3.806.208,00

* Salarios expresados en moneda local

Así mismo, el 100% de los trabajadores de Marktel tienen un salario igual o superior al SMI (Salario mínimo interprofesional) establecido para los distintos 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.

En el ejercicio 2022, 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.

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 de preaviso, los 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.

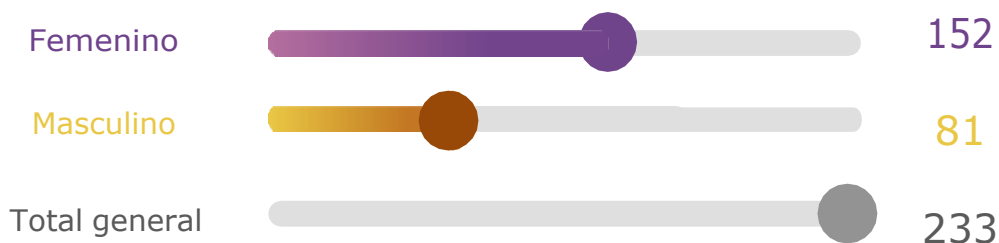
Además, Marktel cuenta con un sistema informático de control de presencia donde cada trabajador registra su jornada laboral, remite solicitudes de vacaciones u otros permisos, e indica los periodos de absentismo y su causa. De este modo, el responsable de cada equipo puede comprobar que el personal cumple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

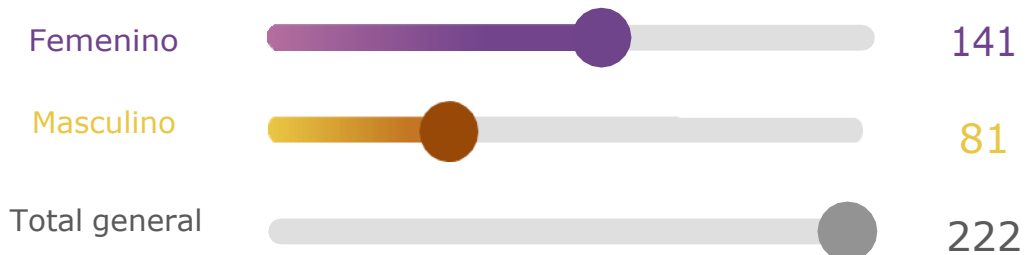
Marktel apuesta por el equilibrio entre la vida profesional y personal mediante la aplicación de medidas de flexibilización laboral, servicios y benéficos adaptados a las necesidades de los empleados, por un lado, desde el cumplimiento de la legalidad vigente en los Convenios Colectivos y Estatuto de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

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

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 disfruta 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.

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.

Todos los años, se evalúa el grado de satisfacción laboral o comodidad del empleado con la empresa a través de una encuesta de clima laboral. Esta herramienta proporciona 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 emitida en el año 2022 vuelven a arrojar resultados con una tendencia positiva sobre las diversas dimensiones analizadas, Algunos de los aspectos mejor valorados a nivel general que se repiten en los estudios realizados en las distintas sedes son:

- La mayoría señala como principal aspecto y valor de la empresa, el compañerismo y ambiente de trabajo existente en el grupo.
- Destacan la relación con sus mandos superiores y la ayuda que reciben de ellos.
- La identidad y el sentido de pertenencia a la empresa.

9.3. Seguridad y salud

Marktel cuenta con un completo sistema de gestión y seguridad y salud en el trabajo que incluye un plan de contingencia o protocolo general de seguridad y salud que recoge las medidas que asume la empresa para evitar situaciones de crisis como la que pudimos vivir durante la pandemia de la COVID-19. Con este protocolo se asegura la continuidad de los servicios y se cuida la seguridad y salud del personal.

Estas medidas contempladas en nuestro protocolo de actuación se encuentran en continuo cambio, adaptándose a las diferentes situaciones, escenarios y normativas legales que se puedan dar en cada momento.

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.
- Nº ACCIDENTES CON DÍAS PERDIDOS.
- ENFERMEDAD PROFESIONAL.

Las cifras que se reflejan en la siguiente tabla recogen la información obtenida de las distintas sedes de Marktel:

		<i>índice de absentismo</i>	<i>índice de frecuencia de accidentes</i>	<i>índice de gravedad de accidentes</i>	<i>nº de días de accidentes con días de permiso</i>	<i>enfermedad profesional</i>
<i>España</i>	H	3,24%	19,26%	12,92%	22	0
	M	2,54%	14,26%	8,29%	19	0
<i>Portugal</i>	H	0,00%	-	-	0	0
	M	8,10%	-	-	3	0
<i>Colombia</i>	H	1,54%	0,00%	0,00%	0	0
	M	3,26%	8,30%	0,00%	3	0

Para este período de 2022 tenemos que destacar que los accidentes que se han producido en la compañía MARKTEL han sido categorizados como accidentes leves por las Mutuas de accidentes correspondientes.

El grupo MARKTEL **no ha tenido identificada ninguna enfermedad profesional** en el año 2022.

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, 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.

9.5. Formación

Marktel ha realizado una importante inversión en formación en el año 2022 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:

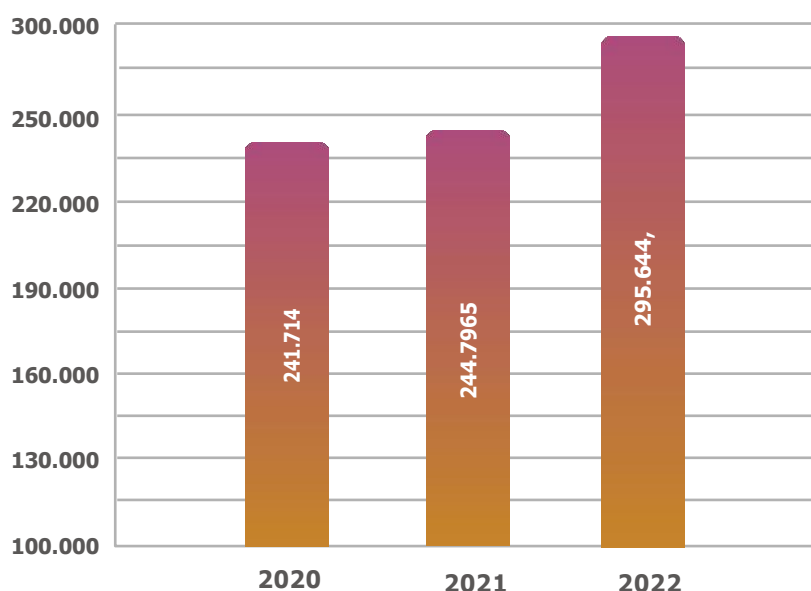
En este último caso, cada Responsable de Servicio, así como los Responsables de cada Departamento, son los encargados de transmitir las necesidades formativas que puedan surgir (a parte de las comentadas) específicas de cada área.

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.

Las horas de formación por área impartidas en el año 2022 serían las siguientes:

TIPO DE FORMACIÓN	SEDES			TOTALES
	ESPAÑA	ELVAS	COLOMBIA	
Formación inicial	102.038	46.443	65.108	213.589
Formación de reciclaje	11.601	1.932	68.522	82.055



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 **56 personas** con discapacidad trabajan en Marktel.

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 **545.000€€ 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

Marktel ha elaborado 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.

La elaboración, negociación y actualización del mismo se lleva a cabo a través de 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 2022, 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.

10

INFORMACIÓN SOBRE LOS DERECHOS HUMANOS

Para impulsar iniciativas alienadas 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.

	Objetivos 2022	Consecución *	Principios relacionados	ODS vinculados
Eje social	Establecer un plan de iniciativas y programas sociales proponiendo acciones que resulten de interés para todas las comunidades donde Marktel opera.	■	Principio 1 y 2	ODS 1, ODS 3, ODS 4, ODS 5, ODS 8, ODS 10, ODS 17
Eje social	Actualizar el plan de igualdad/protocolo en materia de acoso laboral/canal de denuncias	■	Principio 1, 2, 6	ODS 5, ODS 8, ODS 10
Eje social	Elaborar el plan anual de formación anual del personal de Marktel.	■	Principio 1 y 6	ODS 4, ODS 5, ODS 8, ODS 10
Eje social	Revisión y mejora del plan de bienvenida incluyendo los aspectos de RSE.	■	Principio 1, 2	ODS 8 y 10
Eje social	Actualización del portal del empleado (incluyendo una sección de noticias o sensibilización ambiental y medidas de conciliación de la vida personal y laboral).	■	Principio 1 y 2	ODS 1, ODS 8, 10 y 13
Eje social	Actualizar la metodología de evaluación del desempeño y ampliar su alcance.	■	Principio 1 y 6	ODS 8, 9 y 10
Eje social	Elaborar el estudio del clima laboral y ampliar el alcance del mismo.	■	Principio 1 y 6	ODS 8, 9 y 10
Eje medioambiental	Elaborar informe de diagnóstico sobre eficiencia energética en todos los edificios	■	Principio 7 y 8	ODS 7, ODS 9, ODS 11, ODS 12, ODS 13
Eje medioambiental	Implantar progresivamente un plan de ahorro de agua en las distintas sedes	■	Principio 7 y 8	ODS 7, ODS 9, ODS 11, ODS 12, ODS 13
Eje económico	Elaborar informe de información no financiero o memoria de sostenibilidad del año 2021	■	Principio 2 y 10	ODS 8, ODS 9 y ODS 12
Eje económico	Aprobar y publicar Informe de Progreso Pacto Mundial 2021	■	Principio 2 y 10	ODS 8, ODS 9 y ODS 12

* El grado de consecución se refleja de la siguiente forma:

- Alcanzado
- En proceso
- No alcanzado

Marktel ha renovado en 2022 su compromiso con la iniciativa de UN Global Compact de Pacto Mundial. Nuestra compañía está adherida a este compromiso desde el año 2013 y anualmente remite un Informe de Progreso donde refleja su nivel de consecución de objetivos vinculados a los ODS.

Así mismo, en marzo de 2022 todo el personal directivo de Marktel recibió un curso sobre cumplimiento de los Derechos Humanos y su aplicación en el ámbito empresarial. Este curso fue impartido por Pacto Mundial y sirve como muestra del compromiso de la empresa por alinear sus estrategias directivas con un crecimiento sostenible.

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 2022 no se ha recibido ninguna denuncia por vulneración de los Derechos Humanos.

11

LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO

Desde el 2020 Marktel cuenta con un Sistema de Gestión de Compliance Penal, basado en el estudio de los riesgos a los que se enfrenta Marktel en referenciaa 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 las 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.

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 recogidas 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 lo 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.

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, evitando el despilfarro energético, la polución y vertidos. El objetivo en estos últimos años ha sido implantar medidas de ahorro energético en sus distintas sedes.

Colaboración con proyectos comunitarios (acción social), a través de la formación gratuita, campañas solidarias, 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.

Algunas de las iniciativas destacadas son las siguientes:



Campañas solidarias de recogida de productos de primera necesidad:

- Recogida para damnificados de la guerra de Ucrania en la sede de Madrid.
- Donación de material escolar para centro de acogida de niños en Elvas.
- Donación de material didáctico para actividades con menores de la Fundación Diversión Solidaria de Madrid.

Curso de iniciación al telemarketing:

Jornada formativa a favor de jóvenes del Instituto Teide en Madrid, donde se trasladó formación práctica sobre atención al cliente y les aportó una visión motivadora sobre el sector y, en general, sobre la búsqueda de empleo. Voluntarios de Marktel de distintas áreas de la empresa colaboraron aportando su experiencia profesional y personal.



Voluntariado corporativo con mayores con Alzheimer:

Voluntarios de Marktel participaron en una jornada de musicoterapia de mayores con Alzheimer de la Fundación Diversión Solidaria.

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 2022, son las siguientes:

CONCEPTO	ESPAÑA	PORTUGAL	COLOMBIA
Resultado antes del Impuesto de Sociedades	1.797.173,36€	844.694,58€	47.325,12€
Impuesto sobre beneficios pagado	168.990,88€	180.764,22€	33.758,49€

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.
102-12	Iniciativas externas.	Los impactos actuales o futuros sobre la calidad del servicio y el medioambiente 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. 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 2022 no se han recibido denuncias.
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 medidas 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 2022.
102-51	Fecha del último informe.	2021.
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 igual o 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	Emisiones directas e indirectas de GEI (alcance 1).	Apartado 8: Dimensión Ambiental.
305-2	Emisiones 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	Emisiones 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 2022.
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. Se evalúa el 100 % del desempeño de los agentes, con monitorizaciones mensuales y controles establecidos en la operación para el seguimiento de los KPIs del servicio. Así mismo, de manera anual se realiza una evaluación del desempeño a todos los niveles de la compañía.
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.	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 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 Web. Así mismo, algunas políticas elaboradas por el área de RSE están disponibles para los empleados de Marktel también 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 Marktel 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 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.

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 2022 que se componen de las adjuntas hojas número 1 a 55.

Madrid, 31 de marzo de 2023.

D. José María Horrillo López de Rey
Presidente

D^a. Livia María Horrillo Grande - Fiordeponi
Consejera

D. Miguel Ángel Molina Carrón
Consejero



marktel