

marktel



MEMORIA SOSTENIBILIDAD **2024**

01

ÍNDICE

1. ÍNDICE	2
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	7
5. NUESTRAS CIFRAS	13
6. ANÁLISIS DE MATERIALIDADES Y POLÍTICAS	14
6.1. Grupos de interés:	14
6.2. Materialidades	15
6.3. Principales objetivos en la estrategia de RSE y correlación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible	16
6.4. Políticas	17
7. CÓDIGO ÉTICO Y DE CONDUCTA	19
8. DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL	20
8.1. Enfoque de precaución	20
8.2. Consumo energético	21
8.3. Emisiones	23
8.4. Gestión de residuos	23

01

ÍNDICE

9. DIMENSIÓN SOCIAL	28
9.1. Capital Humano 2023	30
9.2. Organización del trabajo	35
9.3. Seguridad y salud	37
9.4. Relación laboral	38
9.5. Formación	38
9.6. Accesibilidad universal	41
9.7. Igualdad	41
10. INFORMACIÓN SOBRE LOS DERECHOS HUMANOS	42
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	46
12.3. Información fiscal	47
ANEXO 1	48

Carta de compromiso en materia de sostenibilidad

Nosotros, Marktel, tratamos de contribuir a crear una sociedad fuerte y sostenible posibilitando el desarrollo de las personas y las familias que componen el Grupo Marktel.

Nuestra misión es la de aportar inteligencia a los procesos de negocio de nuestros clientes, ayudando en la consecución de la excelencia en cada una de las partes del Customer Journey. Para ello generamos procesos inteligentes, aportamos innovación tecnológica y procesos consultivos, además del mejor equipo humano.



Nuestro Gobierno Corporativo, vela por establecer los medios para alcanzar nuestra misión, teniendo siempre presentes las expectativas de nuestros clientes, empleados, proveedores y demás partes interesadas; para nosotros es fundamental alimentar su confianza.

Desde 2013 trabajamos para apoyar el cumplimiento de los principios del Pacto Mundial de la ONU. Inmersos en la evolución y el desarrollo, en 2024 hemos renovado nuestros compromisos velando por el cumplimiento de los derechos humanos, proteger el medio ambiente y luchar por la corrupción para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar el bienestar de todas las personas.

Nuestro compromiso se basa en operar de forma sostenible, la búsqueda de la mejora continua en nuestros procesos internos, el desempeño de un papel continuo más allá de las actividades cotidianas y tener impacto positivo en las comunidades en las que participamos.

Por todo ello, continuamos integrando en nuestra hoja de ruta iniciativas y acciones que velan por el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible.

Todo esto, sólo lo podemos conseguir con el compromiso de todos los miembros que formamos parte de la empresa; a los que un año más les agradecemos su esfuerzo y compromiso.

Un cordial saludo

*Miguel A. Molina
Consejero Delegado.*

3.1. Normativa aplicable

La presente Memoria de Sostenibilidad se ha elaborado conforme a los requisitos establecidos en la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad. Esta norma modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital (Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio) y la Ley 22/2015, de Auditoría de Cuentas, con el objetivo de reforzar la transparencia de las grandes empresas en materia de sostenibilidad, incorporando información relativa a aspectos sociales, medioambientales, éticos y de buen gobierno.

La Ley 11/2018 tiene su origen en el Real Decreto-ley 18/2017, de 24 de noviembre, y responde a la transposición de la Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre divulgación de información no financiera e información sobre diversidad por parte de determinadas grandes empresas y determinados grupos.

Esta memoria responde al Estado de Información No Financiera (EINF) consolidado, el cual se presenta como un informe separado, pero forma parte integrante del informe de gestión consolidado correspondiente al mismo ejercicio, y está sujeto a los mismos criterios de aprobación, depósito y publicación que este.

3.2. Alcance

Los datos financieros y no financieros presentados en esta memoria son de carácter consolidado e incluyen la información correspondiente a ECU y sus sociedades dependientes, tanto en España como en Portugal (en adelante, Marktel).

La información contenida en el presente informe abarca todas las actividades desarrolladas durante el ejercicio 2024 por el conjunto de entidades que conforman el grupo Marktel, en el marco de sus operaciones, servicios y compromisos en materia social, medioambiental, laboral, de derechos humanos y de lucha contra la corrupción.

3.3. Marco de reporting

La presente Memoria de Sostenibilidad ha sido elaborada conforme a los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI), siguiendo las directrices recogidas en su Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad, con el objetivo de asegurar la calidad, transparencia y comparabilidad de la información reportada.

A través del Estado de Información No Financiera (EINF), la organización busca informar de forma clara y accesible sobre los impactos y actuaciones en materia ambiental, social, de personal y de derechos humanos, así como otros aspectos relevantes en el desarrollo de su actividad y en su contexto operativo.

Asimismo, Marktel continúa avanzando en la implantación de sistemas de medición y control que permitan ofrecer información coherente, verificable y rigurosa, tanto cualitativa como cuantitativamente, de acuerdo con los requisitos de los Estándares GRI.

3.4. Verificación

La presente memoria ha sido sometida a un proceso de verificación externa independiente con el objetivo de garantizar la fiabilidad, exhaustividad y calidad de la información no financiera presentada.

El correspondiente informe de aseguramiento independiente, que detalla los objetivos, alcance, procedimientos aplicados y las conclusiones del proceso de revisión, se incorpora como anexo a esta memoria.

04

SOBRE MARKTEL

Contexto

MARKTEL es una empresa full BPO con alta especialización en la gestión de procesos asociados a la gestión de la relación con clientes - Customer Journey - dentro del ecosistema de un Contact Center.

A modo de referencia sectorial, según DBK, la facturación agregada obtenida por las empresas dedicadas a la prestación de servicios de call center alcanzó en 2023 los 4.550 millones de euros, lo que supuso un incremento del 4,6% respecto al año anterior.

Por tanto, MARKTEL desarrolla su actividad en un mercado maduro y competitivo. La diferencia reside, no en lo que haces, sino en cómo lo haces. Por este motivo, ha creado un ecosistema empresarial que ofrece soluciones globales basadas en la integración de la consultoría, el desarrollo de soluciones digitales y la gestión de servicio.

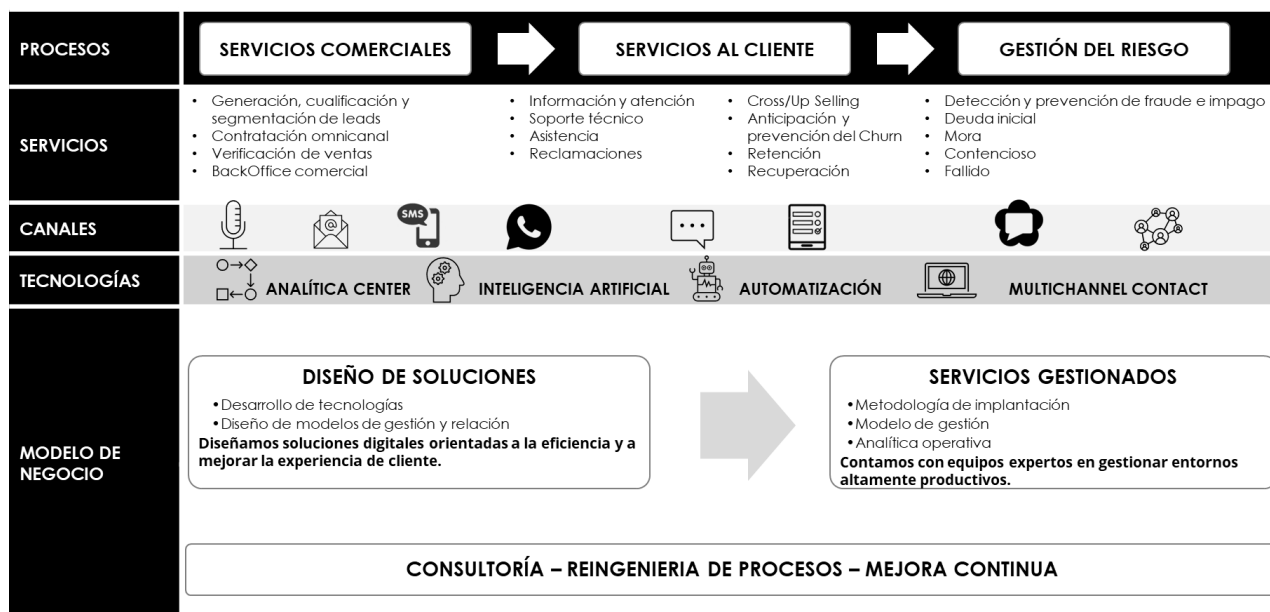
Infraestructura tecnológica

En un mundo que evoluciona constantemente hacia la interconexión digital, las soluciones de redes y telecomunicaciones están diseñadas para adaptarse a las necesidades cambiantes de sus clientes y mantenerlos un paso adelante en el desarrollo de sus negocios. Desde la implementación de redes de área amplia hasta la configuración de infraestructuras de comunicaciones unificadas, MARKTEL está comprometido en proporcionar soluciones innovadoras y eficientes que impulsen el éxito empresarial.

La visión tecnológica de MARKTEL se fundamenta en la búsqueda constante de la excelencia y la innovación en el campo de las telecomunicaciones. En MARKTEL, nos comprometemos a ser líderes en la implementación de este tipo de tecnologías de vanguardia que, no solo ayuden a mejorar la competitividad y la rentabilidad de nuestros clientes, sino que también impulsen el progreso y la evolución en un mercado cada vez más globalizado.

Actividad

MARKTEL gestiona procesos externalizados, en especial la relación entre grandes compañías y sus clientes. MARKTEL gestiona "la experiencia" a lo largo de todo el ciclo de vida del cliente o usuario.



Marktel desarrolla su actividad en un mercado maduro y altamente competitivo, donde la diferencia no radica únicamente en lo que se hace, sino en cómo se hace. Por ello, la compañía ha apostado por una estrategia basada en la integración de la consultoría, el desarrollo de soluciones digitales y la gestión de servicios.

Marktel diseña soluciones orientadas a la optimización de procesos, incorporando nuevas tecnologías para mejorar tanto la experiencia del cliente como la de los empleados. La metodología utilizada en la transición y toma de control de nuevos proyectos permite una implantación ágil, minimizando riesgos y potenciando el cumplimiento de KPI's y niveles de servicio.

La organización emplea técnicas de analítica avanzada, que permiten extrapolar información en tiempo real para una toma de decisiones más efectiva y alineada con la mejora continua. Cada componente de esta estrategia suma para maximizar el resultado. A través de la consultoría de procesos, se diseñan modelos orientados a mejorar la experiencia del cliente; mediante el desarrollo de soluciones digitales, se automatizan tareas para lograr una mayor eficiencia; y en la gestión de servicios, se pone el foco en el engagement del equipo humano.

Diferencias

Nuestro enfoque centrado en la tecnología proporciona a nuestros clientes una ventaja competitiva, optimizando sus procesos y mejorando la eficiencia operativa. Cada pieza juega un papel y la suma maximiza el resultado.

- Implementamos soluciones de automatización inteligente utilizando tecnologías como inteligencia artificial (IA) y aprendizaje automático (ML).
- Integramos tecnologías disruptivas para impulsar la eficiencia y la agilidad en los procesos de nuestros clientes, guiados por el principio de la transformación digital,
- Contamos con una plataforma tecnológica robusta que garantiza altos niveles de disponibilidad para garantizar la continuidad del servicio.
- Invertimos en redes y telecomunicaciones que garantizan una comunicación rápida y segura.

Mediante la consultoría de procesos, diseñamos modelos orientados a mejorar la experiencia de cliente. Con el desarrollo de soluciones digitales, incorporamos de manera natural la automatización en favor de eficiencia. Y por último, la gestión de servicios, donde ponemos foco en el engagement del equipo.

Esta visión agregada contribuye a alcanzar con mayor fiabilidad los objetivos individuales y globales y facilita a nuestros 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 obtener los mejores resultados, así como tomar decisiones en tiempo real y actuar de manera inteligente.

Esta es la base de M.A.I.O. (Marktel Analítica Integral Operativa), que conforma un nuevo paradigma operativo que pone la Inteligencia Artificial como elemento conductor a lo largo del journey interactuando en las distintas fases y alimentando modelos analíticos y de IA que permiten ampliar el conocimiento del cliente 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 +.

La evolución de nuestras soluciones es constante, aportando mayor valor a nuestros clientes en el modelo de gestión. En el ámbito de los servicios comerciales, nuestra solución integral para potenciar ventas digitales, ELEVA, es la combinación perfecta entre tecnología, consultoría de procesos End to End y modelos de analítica de datos y eficiencia. Hemos diseñado un modelo altamente eficiente que une el mundo online, (capacidades tecnologías, data, estrategias de generación, perfilados, audiencias, landing...) con el mundo offline, en el que cabe destacar el Call Center a través de la automatización y la analítica.

En Servicios de atención al cliente, poseemos la capacidad para la automatización de procesos en favor de la eficiencia. Como muestra de ello, MARKTEL ha desarrollado una plataforma omnicanal automatizada que pretende implementar la comunicación por canal WhatsApp que permite el seguimiento de las interacciones generadas. A modo de ejemplo, este proceso aplicado a un cliente del sector asegurador nos ha permitido obtener los siguientes resultados: 66% de asignaciones vía WhatsApp, y reducción del TMO en un 92,86 % respecto a las asignaciones telefónicas.

En el ámbito de la gestión global del riesgo, incorporamos el uso de la analítica, herramienta clave para identificar y clasificar perfiles de deudores. Este enfoque permite analizar grandes volúmenes de datos de manera eficiente, detectar patrones de comportamiento y prever posibles incumplimientos. Gracias a la implementación de modelos predictivos y técnicas avanzadas como el aprendizaje automático, logramos segmentar a los deudores según su nivel de riesgo. Esto no solo optimiza la toma de decisiones, sino que también mejora nuestra capacidad para personalizar estrategias de recuperación y mitigación.

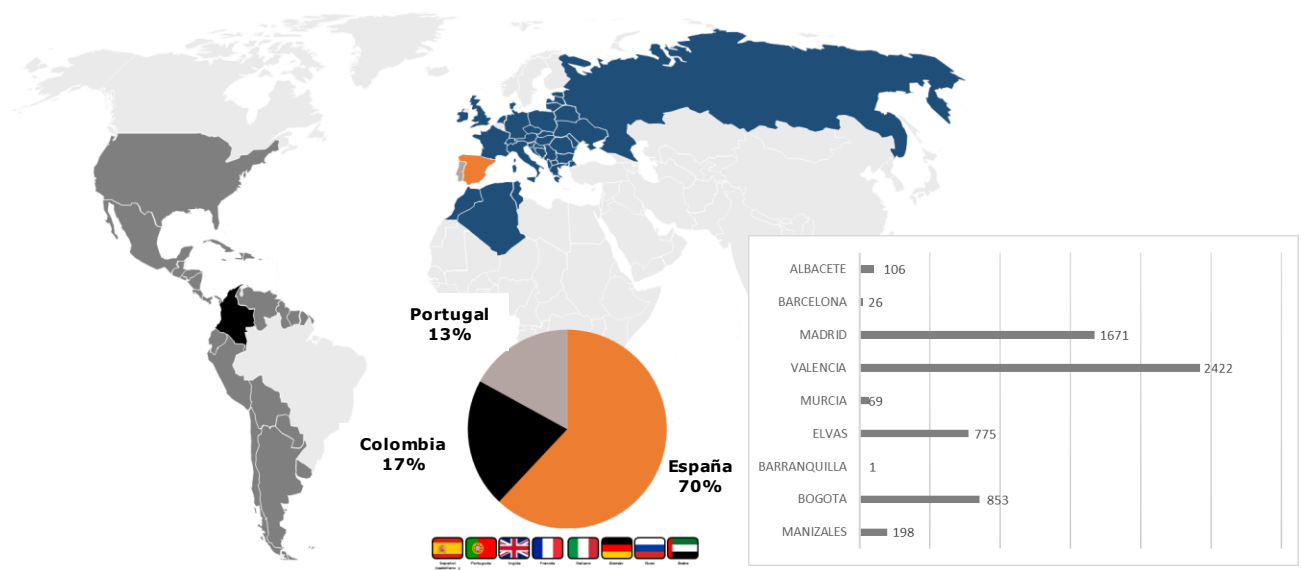
Presencia Internacional

MARKTEL cuenta con 25 de años de experiencia en el mercado español y abrió su primera plataforma en el extranjero, en 2013 en Portugal y posteriormente en Colombia en 2021.

En la actualidad, cuenta con 15 centros operativos y más de 6.000 posiciones dotadas con tecnología de vanguardia para centros de relación con cliente, desde las cuales prestan servicio a empresas de telecomunicaciones, banca y seguros principalmente. Comenzó así una estrategia exitosa, basada en los objetivos de penetración de mercados internacionales, así como el crecimiento en el mercado español por la aportación de una solución nearshore / offshore de alto valor.

Multinacionales ubicadas en España, expertas en contratación de servicios profesionales externalizados, han confiado en el modelo deslocalizado propuesto por GRUPO MARKTEL en Portugal y Colombia. Desde España y Portugal, actuamos como HUB para EMEA, mientras que, desde Colombia, servimos como HUB regional para Estados Unidos y LATAM, operando en diversos idiomas.

Grupo MARKTEL ha realizado inversiones en infraestructuras y destinando equipos con alto expertise en BPO, que actúan localmente con el soporte corporativo del Grupo, aportando una dilatada trayectoria en la implantación de proyectos y altamente orientados a la eficiencia operativa mediante la combinación de innovación tecnológica y un enfoque centrado en las personas, que aseguran la mejor experiencia de cliente.





Misión

Marktel es una organización FULL BPO que mejora los procesos de negocio mediante la innovación, la consultoría y la transformación, con el objetivo de alcanzar la excelencia en el ámbito del Customer Experience, aportando valor a empleados, clientes, accionistas y a la sociedad en su conjunto



Visión

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



Valores

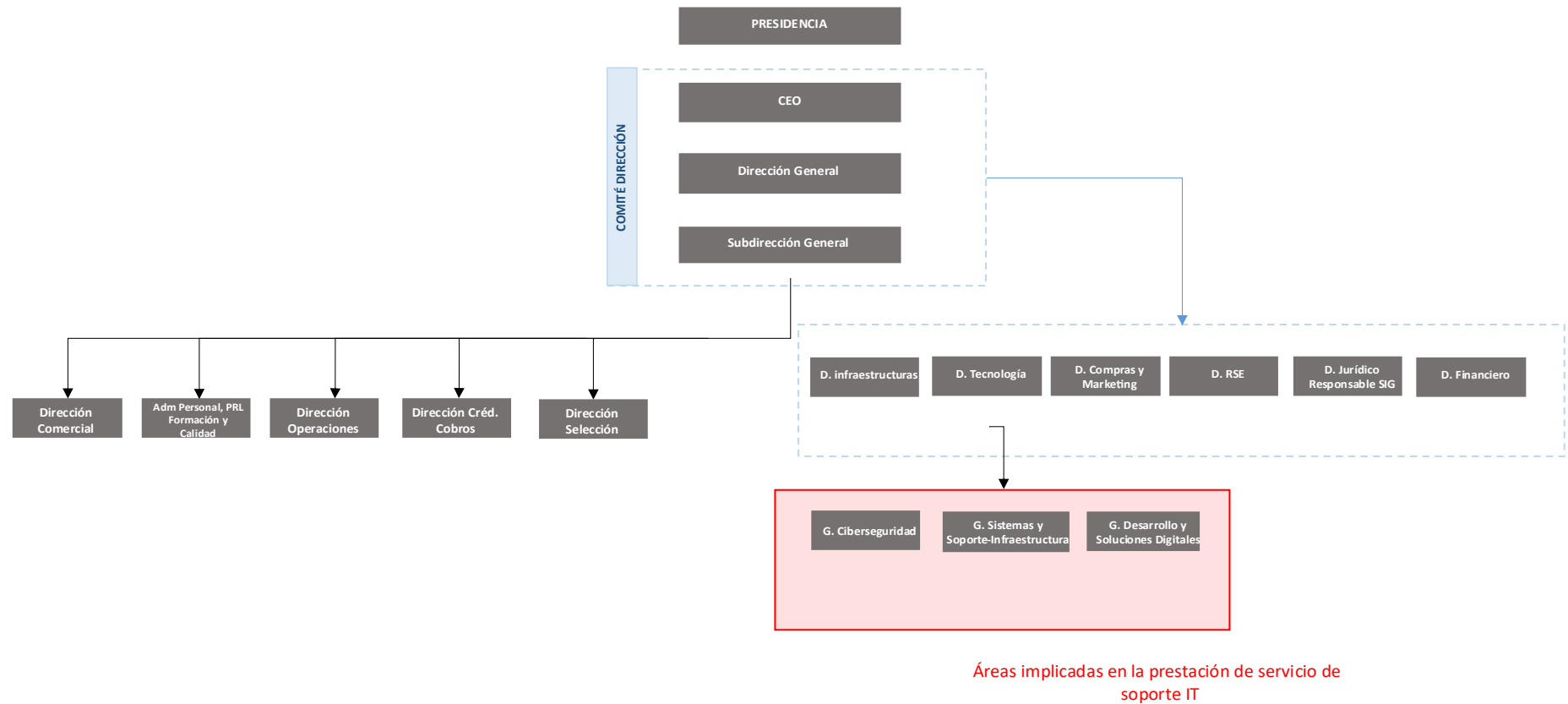
- Transparencia.
- Eficacia y profesionalidad, tanto personal como corporativa.
- Integridad y confianza.
- Responsabilidad medioambiental.
- Compromiso.
- Innovación.
- Desarrollo sostenible.



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 Sostenibilidad
- 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

Dimensión Social	2022	2023	2024
Número de empleados	5978	6740	6121
Porcentaje de Mujeres	72%	61%	62%
Horas de Formación	295.644	308.282	440.050
Dimensión Ambiental	2022	2023	2024
Emisiones atmosféricas consumo energético (Tn de CO ₂ eq)	774,507	796,4	1032,7
Consumo eléctrico (Kwh)	3.079.580	3.285.916	3.733.694
Residuos totales (Tn)	7,607	7,119	2,511

06

ANÁLISIS DE MATERIALIDADES Y POLÍTICAS

6.1. Grupos de interés:

Los grupos de interés son aquellos colectivos cuyas necesidades, intereses o expectativas pueden verse afectados —directa o indirectamente— por la actividad de la empresa, y que, a su vez, tienen la capacidad de influir en su estrategia y desarrollo.

Marktel ha identificado a los siguientes como sus principales grupos de interés:



**SOCIOS Y
ACCIONISTAS**



**COMITÉ DE
DIRECCIÓN**



CLIENTES



PROVEEDORES
(Críticos / No críticos)



EMPLEADOS
(Operaciones / Estructura)



**REPRESENTANTES
DE LOS TRABAJADORES**



SOCIEDAD
(Entorno local / Entorno
empresarial / ONG)



**AUTORIDADES Y
ADMINISTRACIÓN**

6.2. Materialidades

El estudio de materialidad llevado a cabo por Marktel se ha fundamentado en los ejes estratégicos que guían su política de Responsabilidad Social Empresarial (RSE): estructura organizativa, social, ambiental y económica.

El objetivo principal ha sido identificar los aspectos más relevantes para una gestión responsable, a través de un proceso de escucha activa con los diferentes grupos de interés, tanto desde una perspectiva interna como externa.

Este análisis ha permitido identificar los temas clave para Marktel y para sus grupos de interés, valorando su impacto en la capacidad de la organización para generar valor sostenible. Los resultados han servido como punto de partida ("input") para la definición y evolución de la nueva estrategia de RSE de la compañía.

La siguiente Matriz de Materialidad (no incluida en este extracto) representa gráficamente la valoración relativa de los aspectos identificados, cruzando la puntuación otorgada por los grupos de interés con la evaluación interna realizada por la compañía.



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 |

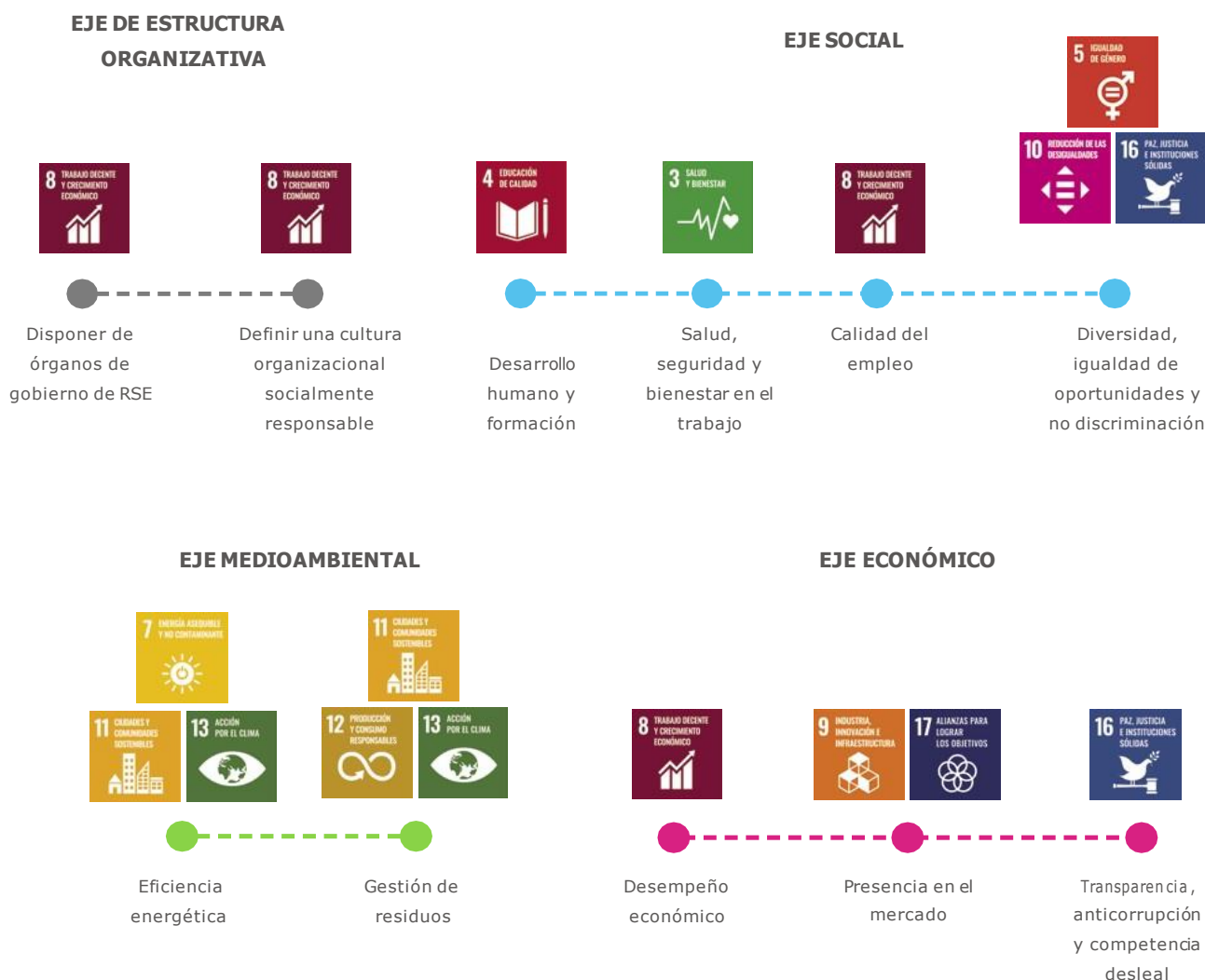
Como resultado de este análisis, se han determinado los principales riesgos y oportunidades para la organización. Las cuestiones materiales más relevantes han sido evaluadas en términos de sostenibilidad conforme a la metodología de análisis de riesgos y oportunidades definida por Marktel.

Durante el ejercicio 2024, estas cuestiones han constituido las principales líneas de trabajo, y en este informe se detalla el estado de consecución de los objetivos planteados para dicho período. De cara a 2025, se continuará trabajando en los objetivos aún no alcanzados, así como en aspectos de especial relevancia para el principal activo de la organización: las personas. De este modo, se asegura que las necesidades y expectativas razonables de los principales grupos de interés queden debidamente atendidas a través del desarrollo de la actividad empresarial.

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

Marktel manifiesta de forma expresa su compromiso con el respeto a los Derechos Humanos y con el impulso del cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por las Naciones Unidas. Este compromiso se centra especialmente en aquellos ODS que presentan una mayor vinculación con la naturaleza de su actividad y el entorno en el que opera.

Como resultado del análisis de materialidad, se han identificado una serie de objetivos prioritarios que han servido de base para la elaboración de la Política de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la compañía.



6.4. Políticas

Marktel dispone de un conjunto de políticas corporativas que definen las directrices generales de la organización y del grupo de empresas al que pertenece. Estas políticas abarcan aspectos clave de su actividad, y están alineadas con los principios del desarrollo sostenible, el buen gobierno corporativo y la mejora continua. A continuación se describen las principales:

- **Política del Sistema Integrado de Gestión (SIG):** Recoge el compromiso de la organización con la calidad de los servicios, el respeto al medio ambiente, la gestión de riesgos, la seguridad de la información, la gestión de servicios IT y la continuidad del negocio. Esta política está disponible para todas las partes interesadas en la página web corporativa. Las políticas específicas derivadas de este documento general pueden solicitarse directamente a la organización.
- **Política de Seguridad de la Información y Privacidad:** Establece las medidas, controles y comportamientos esperados por parte del personal para garantizar la integridad, disponibilidad y confidencialidad de la información, así como la protección de los datos personales tratados por la organización. Esta política está disponible para todo el personal a través de medios digitales y también físicamente en distintas zonas de las instalaciones.
- **Política de Compras:** Define los criterios y procedimientos para la selección, homologación y evaluación de proveedores, incluyendo criterios ambientales. Todos los proveedores son informados periódicamente de esta política.
- **Política de Antifraude y Anticorrupción:** Promueve acciones preventivas frente al fraude y la corrupción, fomentando la transparencia y el compromiso ético de todos los grupos de interés. Sus principios se encuentran recogidos en el Código Ético de la organización.
- **Política de Continuidad de Negocio:** Documento interno que establece las pautas de actuación frente a amenazas que puedan comprometer la continuidad de los servicios. Está disponible internamente a través de los medios digitales corporativos.
- **Política de Sostenibilidad:** Documento en el que se establecen los principios guía para un desarrollo sostenible, responsable y alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), integrando aspectos sociales, ambientales, económicos y éticos en la actividad de la compañía. Esta política ha sido actualizada recientemente, reemplazando a la anterior Política de Responsabilidad Social Empresarial, para reflejar los nuevos compromisos estratégicos de la organización en materia de sostenibilidad.

Marktel dispone de un Sistema Integrado de Gestión que comenzó en el año 2004 con la certificación en la norma de Calidad ISO 9001. Desde entonces, el compromiso de la organización ha ido en aumento, incorporando sucesivamente nuevas certificaciones como la norma ISO 31000 de Gestión de Riesgos, la ISO 14001 de Gestión Ambiental y la ISO 27001 de Seguridad de la Información.

Durante el año 2020, coincidiendo con el establecimiento del Estado de Alarma por la crisis del COVID-19, Marktel obtuvo la certificación en la norma ISO 22301 de Continuidad de Negocio, lo que permitió dar una respuesta inmediata y eficaz a las necesidades de sus clientes, asegurando la continuidad de los servicios en un contexto complejo y crítico.

En el primer semestre de 2021, Marktel amplió su sistema con las certificaciones en la norma ISO 20000-1 de Gestión de Servicios IT y la ISO 18295-1 de Centros de Contacto con el Cliente, consolidando así un sistema de gestión integral que atiende a todas las perspectivas del negocio, asegurando la calidad del servicio y el crecimiento sostenible de la organización.

En 2024, la compañía obtuvo la certificación en la norma UNE-EN-ISO 27701 de Sistemas de Gestión de la Privacidad de la Información, reforzando su compromiso con la protección de los datos personales y el cumplimiento normativo en materia de privacidad.

A lo largo del año 2021, Marktel puso a disposición de las partes interesadas un canal ético, basado en los principios del sistema de gestión conforme a la norma ISO 19601 (Compliance Penal), con el objetivo de asegurar el cumplimiento legal, fomentar una conducta ética y garantizar las buenas prácticas en la organización. Este canal fue actualizado durante el segundo semestre de 2023, reforzando su accesibilidad y eficacia para todos los grupos de interés.

El Sistema Integrado de Gestión de Marktel emana directamente del Comité de Dirección, como reflejo del compromiso firme de la alta dirección con la mejora continua en la prestación de servicios. Este compromiso impulsa la adopción de herramientas de gestión que aseguren un crecimiento sostenible de la organización, alineado con las necesidades y expectativas de las 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



SGPI-0011/2024

Marktel dispone de un Código Ético de la organización, publicado en su página web y disponible para todas las partes interesadas. Este documento, elaborado y aprobado por el área de Responsabilidad Social Empresarial, establece los principios de comportamiento ético y buena conducta que deben regir en toda la organización.

El Código está alineado con la estrategia corporativa, los Diez Principios del Pacto Mundial, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la estrategia de Responsabilidad Social de la compañía.

En cumplimiento de la Ley 2/2023, de 20 de febrero, reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción, todas las partes interesadas disponen de un canal de denuncias a través del cual pueden comunicar al Órgano de Cumplimiento (Comité Ético) cualquier posible infracción normativa o vulneración de los principios recogidos en el Código.

Este canal está accesible mediante una URL específica publicada en la web corporativa, permitiendo al informante preservar su anonimato si así lo desea, o bien identificarse, garantizando en ambos casos la máxima confidencialidad durante todo el proceso. Además, se asegura la prohibición de represalias hacia quienes decidan utilizar este medio de comunicación.

Asimismo, el canal permite solicitar reuniones presenciales con el Comité Ético si el informante lo considera necesario, y asegura una comunicación ágil y bidireccional que facilita el acompañamiento y asesoramiento durante toda la tramitación de la denuncia.

Este canal no solo está concebido como un medio para reportar posibles infracciones o delitos, sino también como un espacio de asesoramiento en materia ética, disponible para todas aquellas personas que lo requieran.

El Órgano de Cumplimiento cuenta con procedimientos y políticas internas para investigar todos los casos recibidos a través del canal, los cuales también se encuentran disponibles públicamente en la web corporativa, garantizando la transparencia y accesibilidad de la información para todos los interesados.

08

DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL

8.1. Enfoque de precaución

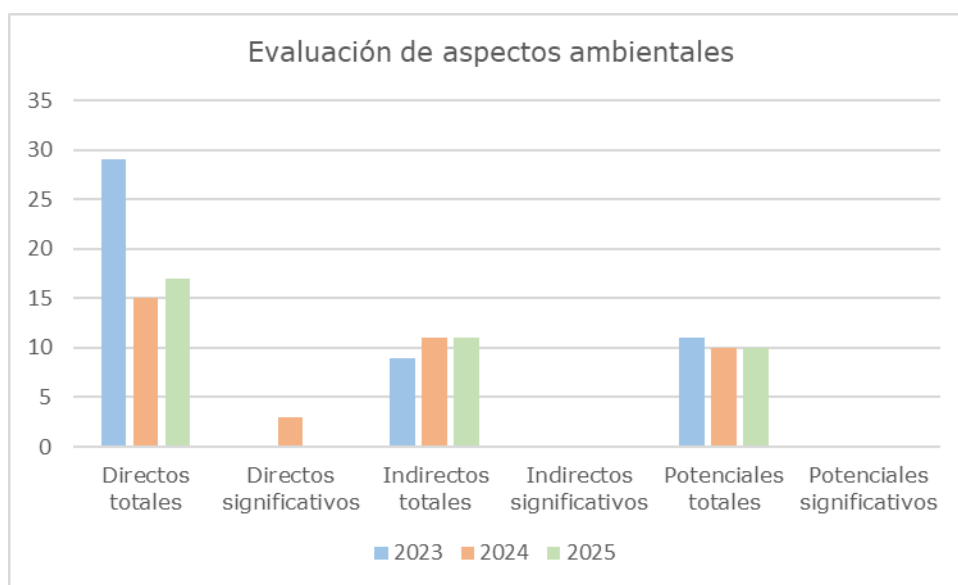
La gestión ambiental de la organización se fundamenta en el principio de precaución, adoptando un enfoque basado en la gestión del riesgo, especialmente en la planificación operativa ante el lanzamiento de nuevos servicios. Para ello, se realiza una evaluación de los aspectos ambientales, tanto directos como indirectos y potenciales, alineándose con los principios del análisis del ciclo de vida, con el fin de tener en cuenta todas las etapas que conforman la prestación del servicio y que pudieran tener un impacto ambiental.

Dichos aspectos son identificados y evaluados conforme a los procedimientos internos del Sistema Integrado de Gestión, permitiendo así priorizar aquellos con mayores impactos o riesgos asociados.

Este análisis periódico consolida los principios rectores del sistema de gestión ambiental y permite trabajar de manera preventiva y proactiva, no solo para evitar impactos negativos o irreversibles sobre el entorno, sino también para contribuir activamente a la mejora ambiental.

A continuación, se muestra la evolución del análisis de aspectos ambientales durante los últimos años, en los cuales se han implementado y perfeccionado medidas orientadas a la mejora continua de la gestión ambiental de la organización

EVALUACIÓN DE ASPECTOS AMBIENTALES



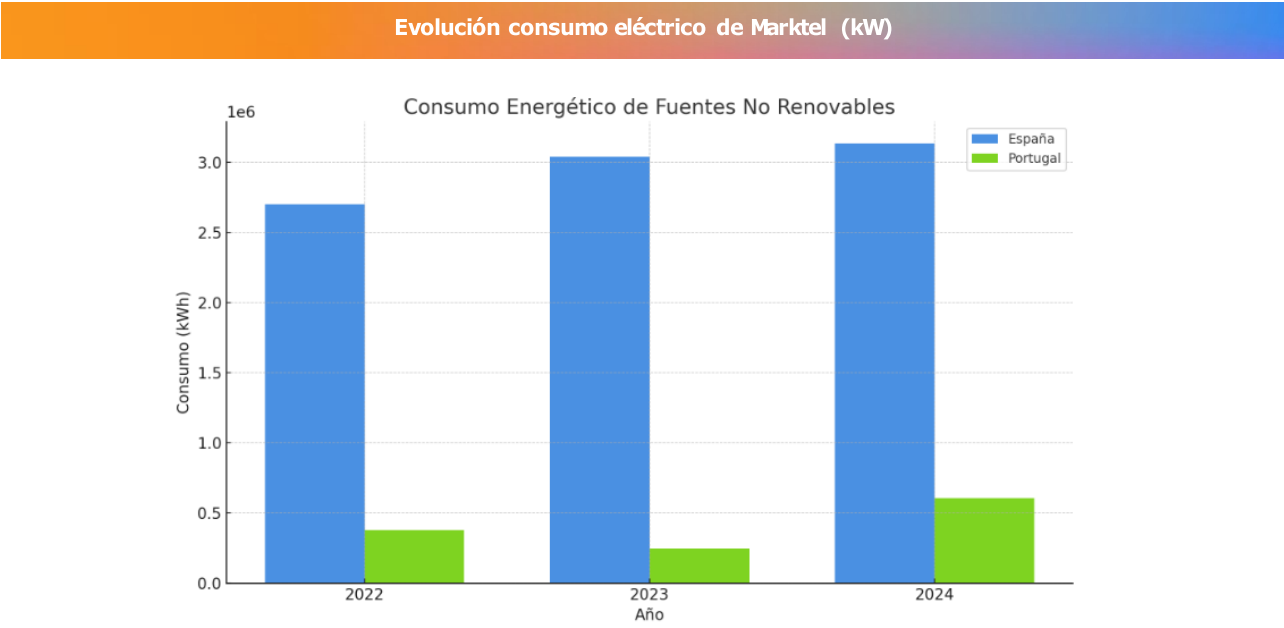
8.2. Consumo energético

El consumo energético total de Marktel para el año 2024 ha sido de: 3.733.694,50 KWh.

A continuación, se detallan los datos de consumo energético anual por país:

	CONSUMO ENERGÉTICO FUENTES NO RENOVABLES		
	2022	2023	2024
Kwh anuales España ⁽¹⁾	2.700.052,88 KWh	3.038.255,94 KWh	3.133.401,5 KWh
Kwh anuales Portugal ⁽¹⁾	379.527,54 KWh	247.661,00 KWh	604.293,00 KWh
Kg de CO2 Total	774.508,11	796.363,88	1.032.700,33
Tn de CO2 eq	774,507	796,4	1032,7

(1) Factor de emisión basado en los datos publicados por el *Registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de CO₂*, del **Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico**, para las compañías eléctricas correspondientes (Iberdrola Clientes, Endesa Clientes y EDP Clientes).



El ratio de consumo energético por empleado durante los últimos tres años ha sido el siguiente:

	2022	2023	2024
Consumo total	3.079.580	3.285.916,94	3.733.694,50
Empleados	5014	4858	4567
Ratio consumo/empleado (kW)	614,20	676,4	814,17



Como se aprecia en la evolución de los datos, el consumo de electricidad ha experimentado un incremento respecto al año anterior. Este aumento se debe, en gran parte, a la ampliación de infraestructuras y al incremento del número de oficinas donde se desarrollan las actividades de la organización.

A pesar de contar con un menor número de empleados, el crecimiento físico de la compañía ha elevado el consumo total, impactando en el ratio individual. En este sentido, Marktel está implementando estrategias orientadas a la optimización del uso de energía y la reducción del consumo innecesario, con el objetivo de mejorar la eficiencia energética y mitigar el impacto del crecimiento operativo sobre el medio ambiente.

8.3. Emisiones

Marktel calcula el impacto ambiental derivado de su actividad en términos de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), conforme a la metodología del Estándar GRI. A continuación, se detallan las emisiones correspondientes al año 2024, diferenciadas por tipo de alcance y englobando todas las sedes de la organización en España y Portugal. El total de las emisiones atmosféricas para el año 2024 de Marktel es de 1040,876 Tn de CO2 eq.

	Tn de CO2 eq.
Alcance 1	8,17656
Alcance 2	1032,7
Cálculo parcial de emisiones de Alcance 3 (GHG Protocol)	193,1870
Intensidad de las emisiones GEI	0,228 Tn de CO2 eq. /empleado

- (1) Alcance 1: Emisiones directas procedentes de fuentes que son propiedad o están controladas por la organización. Incluye la combustión fija derivada de la quema de combustible en grupos electrógenos, el consumo de combustible de las furgonetas del personal de mantenimiento y las emisiones fugitivas de gases refrigerantes de los equipos de aire acondicionado
- (2) Alcance 2: Emisiones indirectas por consumo de energía eléctrica.
- (3) Alcance 3: Este año, y por primera vez, se han incorporado al informe de sostenibilidad y a la estimación de la huella de carbono conforme al estándar GHG Protocol, los datos relativos a ciertas categorías seleccionadas del Alcance 3. En concreto, se ha realizado el cálculo de emisiones para los siguientes tres aspectos:
 - Viajes de negocio realizados por el personal.
 - Residuos generados en las actividades, considerando el transporte y tratamiento por parte del gestor de residuos autorizado
 - Viajes in itinere de empleados, calculados a partir de una muestra representativa de 130 personas de estructura.
- (4) Para el cálculo de la intensidad de emisiones, se ha considerado la suma de los Alcances 1 y 2. El denominador utilizado es el total de empleados de la organización en España y Portugal durante el año 2024 (4.567 empleados)

8.4. Gestión de residuos

Marktel dispone de un Sistema de Gestión de Residuos que continúa desarrollándose con el objetivo de obtener información válida para minimizar su impacto ambiental. Durante el año 2024 se ha realizado un mapeo integral del proceso de generación de residuos, considerando:

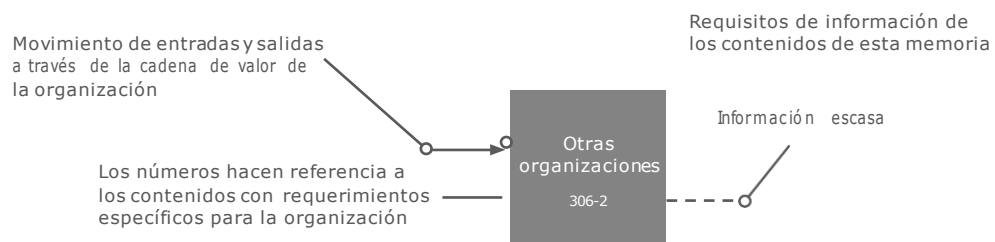
Corriente arriba: suministro de materias primas por parte de los proveedores.

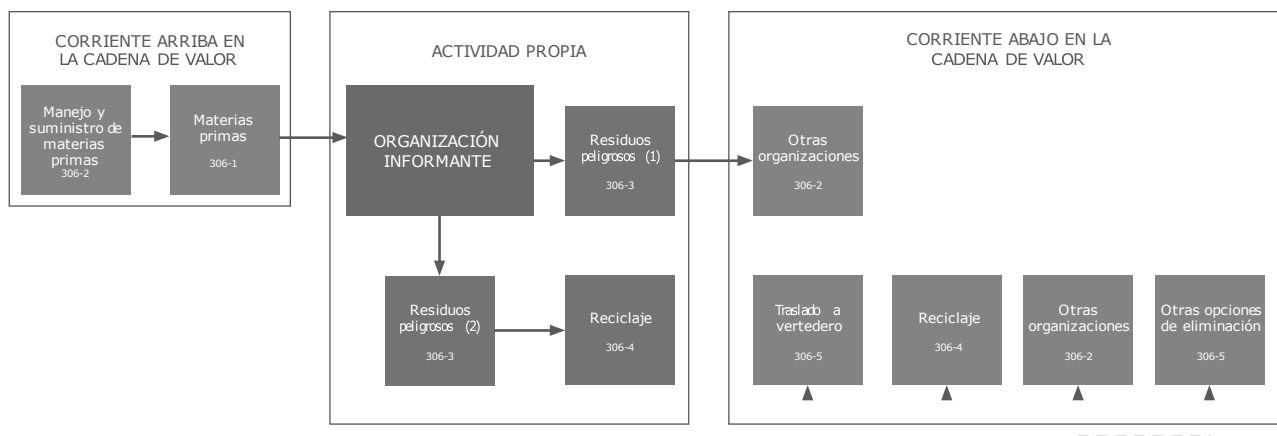
Actividad interna: generación de residuos peligrosos y no peligrosos.

Corriente abajo: tratamientos y valorización final de los residuos.

Este enfoque de cadena de valor completa permite a la organización identificar puntos críticos y oportunidades de mejora ambiental

En el siguiente flujograma se presenta el proceso al completo:





Asimismo, Marktel aplica un proceso riguroso de homologación y evaluación de proveedores, asegurando que los gestores de residuos cumplan con la legislación vigente, las políticas ambientales internas y los requisitos específicos de la actividad.

La organización está certificada bajo la norma ISO 14001, lo que garantiza un sistema de control y mejora continua sobre los aspectos ambientales. Aunque la actividad de Marktel no genera un impacto ambiental directo significativo, se promueven buenas prácticas ambientales en oficinas, en línea con su compromiso hacia una economía baja en carbono y el desarrollo sostenible.

Marktel impulsa la economía circular mediante cuatro ejes: reducir, reutilizar, redistribuir y reciclar, con el objetivo de prolongar la vida útil de los materiales y minimizar la generación de residuos

	Residuos por composición
Composición de los residuos	Residuos generados (Tn)
RAEES	0,313 Tn
Tóner	0,04124 Tn
Papel confidencial	2,117 Tn
Envases contaminados	0,03975 Tn
RESIDUOS TOTALES	2,511 Tn

	Residuos no destinados a eliminación por operación de valorización	
	Residuos peligrosos	Residuos no peligrosos
Preparación para la reutilización	0	0
Reciclado	0	2,117 Tn (2)
Otras operaciones de valorización	0,394 Tn (1)	207 Tn (3)
Total (Tn)	0,394 Tn	209,117 Tn

(1) Tóner, RAEES y envases contaminados

(2) Papel confidencial

(3) Generación de residuos sólidos urbanos o asimilables a urbanos

	Tratamiento de los residuos		
	Reciclado	Valorización	Vertedero
Residuos Peligrosos	0	*0,394	0
Residuos No Peligrosos	2,117	*207	0
Total (Tn)	2,117	*207,394	0

*Nota: El tratamiento de valorización se realiza mediante el proceso R12: transformación de residuos para su reutilización en procesos de producción, excluyendo incineración con recuperación de energía.

Compromiso de Marktel con el Medioambiente

Marktel, como empresa comprometida con la sostenibilidad, desarrolla de forma activa políticas y acciones orientadas a revertir el deterioro ambiental y minimizar el impacto derivado de su actividad. Este compromiso se materializa a través de una estrategia ambiental alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y principios de economía circular

Entre las principales medidas implementadas destacan:

- ✓ Reducción de emisiones de carbono.
- ✓ Impulso a la innovación y al crecimiento económico sostenible, apoyado en la digitalización, los servicios y el despliegue de tecnologías de la información y las comunicaciones.
- ✓ Garantía en la seguridad del suministro de recursos esenciales.
- ✓ Lucha activa contra el cambio climático.
- ✓ Gestión responsable de residuos, asegurando su adecuada recolección, clasificación, reciclaje o valorización conforme a criterios de sostenibilidad y normativa vigente

- ✓ Cero residuos a vertedero: el 100% de los residuos generados en la organización se gestionan bajo procesos de valorización o reciclaje, evitando su eliminación por vertido.
- ✓ Evaluación periódica del cumplimiento legal ambiental y de riesgos asociados, como parte de su Sistema de Gestión Ambiental certificado según ISO 14001.
- ✓ Incorporación de criterios ambientales en la cadena de suministro, exigiendo buenas prácticas medioambientales a los proveedores
- ✓ Sensibilización y formación ambiental del personal, para promover hábitos sostenibles en el entorno laboral: reducción del consumo, reciclaje, uso responsable del papel, movilidad sostenible, etc.

Marktel, colabora con la entidad CO2 GESTIÓN a través de la cual ha apadrinado una plantación de árboles en un área deforestada de España, contribuyendo a la compensación del CO2 y a la huella de Carbono presente en la atmósfera, como una iniciativa más puesta en marcha para reafirmar su compromiso con el medioambiente. Con este pequeño bosque, se compensa a lo largo de 40 años la emisión de 89 toneladas de CO2.



09

DIMENSIÓN SOCIAL

La diversidad del equipo humano de Marktel es uno de los pilares fundamentales de su cultura corporativa. La compañía se caracteriza por integrar profesionales de diferentes edades, nacionalidades, géneros, niveles formativos y trayectorias profesionales, lo que enriquece su capacidad de respuesta ante los retos del mercado y fomenta un entorno laboral inclusivo y dinámico.

Marktel promueve activamente el aprovechamiento del talento individual, valorando las capacidades específicas de cada persona y facilitando su desarrollo profesional dentro de la organización. Esta gestión del talento se enmarca en un modelo que reconoce la diversidad como una fortaleza y un motor de innovación.

En un contexto de constante transformación del sector de los servicios y del outsourcing, la adquisición de nuevos conocimientos y habilidades se ha convertido en un factor estratégico para el éxito organizacional. Por esta razón, Marktel realiza una importante inversión anual en formación, destinada a mejorar la cualificación de su plantilla, facilitar la adaptación a los cambios tecnológicos y operativos, y promover una cultura de mejora continua

DATOS DESTACADOS:



MÁS DE 6.000 TRABAJADORES



62 % MUJERES



440.050 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 2024

TOTAL PLANTILLA: 6.121

Distribución por país



Distribución por sexo



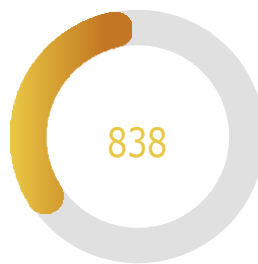
En el equipo de dirección también existe una importante presencia del género femenino, siendo la distribución por géneros en este nivel el que se refleja en esta tabla:

EQUIPO DE DIRECCIÓN	NÚMERO
TOTAL	12
femenino	7
masculino	5

Distribución por tipo de contrato



contratos
indefinidos



contratos
temporales



3302 contratos indefinidos
500 contratos temporales



1981 contrato indefinidos
338 contratos temporales

Distribución por jornada



contratos jornada
parcial



contratos jornada
completa



2076 contratos jornada completa
1682 contratos jornada parcial



1461 contratos jornada completa
902 contratos jornada parcial

Distribución por edad



Rotación

Marktel es una empresa en constante crecimiento, con un impacto significativo en la generación de empleo dentro de las comunidades en las que opera. Sin embargo, la naturaleza del sector de actividad en el que se enmarca, centrado en servicios de BPO, contact center y outsourcing, conlleva de forma inherente un alto dinamismo en la gestión del personal, lo que se traduce en un índice de rotación relevante.

A pesar de esta rotación, el ratio de bajas no voluntarias frente a nuevas contrataciones refleja el papel activo y positivo de Marktel en la empleabilidad de las personas, lo que indica que la empresa continúa siendo un agente generador de oportunidades laborales y un motor de inserción profesional en su entorno.

En Marktel, todos los trabajadores se encuentran amparados por los convenios colectivos aplicables a sus funciones y ubicación. Esta cobertura garantiza la equidad salarial, ya que ni los convenios ni sus respectivas tablas salariales establecen distinciones en función de edad, género, origen étnico u otras características personales.

Este modelo asegura que la retribución se base únicamente en criterios objetivos, como la categoría profesional, el puesto desempeñado y la jornada laboral. Gracias a ello, se refuerzan los principios de igualdad y no discriminación que forman parte del compromiso de Marktel con la justicia social y la diversidad en el entorno laboral.

A continuación, se detallan las remuneraciones medias por categoría profesional, expresadas en términos de jornada completa anual:

ESPAÑA		
	SEXO	SALARIO ANUAL CONVENIO
TEL. ESPECIALISTA	F	16.059,43 €
	M	16.059,43 €
GESTOR	F	16.983,7 €
	M	16.983,7 €
COORDINADOR	F	17.599,36 €
	M	17.599,36 €
SUPERVISOR B	F	18.523,35 €
	M	18.523,35 €
SUPERVISOR A	F	19.403,31 €
	M	19.403,31 €
JEFE/ RESPONSABLE	F	22.747,19 €
	M	22.747,19 €
JEFE 1ª	F	30.728,50 €
	M	30.728,50 €
TEC.ADMINISTRATIVO	F	16.059,43 €
	M	16.059,43 €
MANTENIMIENTO	F	16.059,43 €
	M	16.059,43 €

PORTUGAL

	SEXO	SALARIO ANUAL CONVENIO
TELEOPERADOR	F	13.213,34 €
	M	13.213,34 €
COORDINADOR	F	13.788,98 €
	M	13.788,98 €
SUPERVISOR	F	14.605,51 €
	M	14.605,51 €
JEFE/ RESPONSABLE	F	17.443,93 €
	M	17.443,93 €

COLOMBIA

	SEXO	SALARIO ANUAL CONVENIO*
TELEOPERADOR	M	\$ 1.300.000,00
	F	\$ 1.300.000,00
TELEOPERADOR ESPECIALIZADO	M	\$ 2.101.000,00
	F	\$ 2.101.000,00
BACKOFFICE	M	\$ 1.488.000,00
	F	\$ 1.488.000,00
ENTRENADOR	M	\$ 1.743.000,00
	F	\$ 1.743.000,00
TEAM LIDER	M	\$ 2.069.000,00
	F	\$ 2.069.000,00
GERENTE DE OPERACIÓN	M	\$ 4.222.000,00
	F	\$ 4.222.000,00
TECNICO SOPORTE TI	M	\$ 1.478.000,00
	F	\$ 1.478.000,00

* Salarios expresados en moneda local

Así mismo, el 100% de los trabajadores de Marktel perciben un salario igual o superior al Salario Mínimo Interprofesional (SMI) establecido en los distintos países donde la compañía opera, aplicando la clasificación profesional adecuada en función de las responsabilidades y funciones de cada puesto.

La política retributiva de Marktel se rige por dos principios fundamentales:

Equidad interna, asegurando que la retribución sea justa y coherente dentro de la organización.

Competitividad externa, ofreciendo condiciones alineadas con el mercado laboral para atraer y retener el talento

Remuneraciones de los consejeros

Anualmente, se establece una remuneración máxima para los miembros del Consejo de Administración, tomando como referencia la retribución fijada en empresas comparables a Marktel. Esta comparación permite definir una política de remuneraciones alineada con las prácticas del sector y con la dimensión y características de la compañía.

La definición de dicha política y sus condiciones no ha contado con la participación de asesores externos

9.2. Organización del trabajo:

Organización del tiempo de trabajo:

Marktel dispone de sistemas de organización del tiempo de trabajo que permiten a los empleados conocer con antelación sus turnos de prestación laboral, garantizando el respeto a los períodos de preaviso, descanso y vacaciones establecidos.

Tal como se ha indicado anteriormente, cada una de las empresas que conforman el grupo Marktel se rige por su correspondiente convenio colectivo. En base a ello, se elabora anualmente el calendario laboral que asegura el cumplimiento de la jornada anual fijada por dichos convenios.

Asimismo, la compañía cuenta con un sistema informático de control de presencia, a través del cual cada trabajador registra su jornada, remite solicitudes de vacaciones u otros permisos, e indica posibles ausencias y su causa. Esta herramienta permite a los responsables de equipo realizar un seguimiento efectivo del cumplimiento de la jornada laboral, evitando desviaciones tanto por exceso como por defecto.

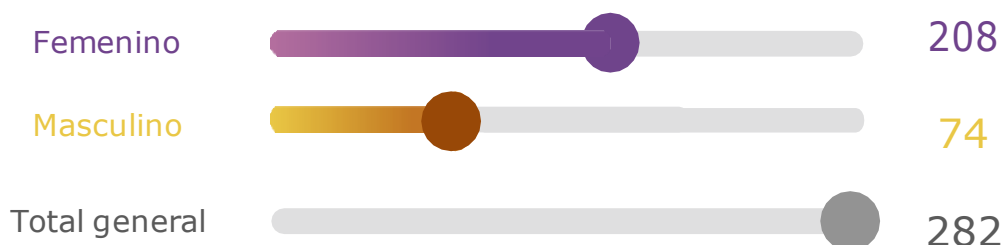
Medidas de conciliación

Las medidas de conciliación aplicables en Marktel se ajustan a lo establecido en los convenios colectivos que rigen cada una de las empresas del grupo.

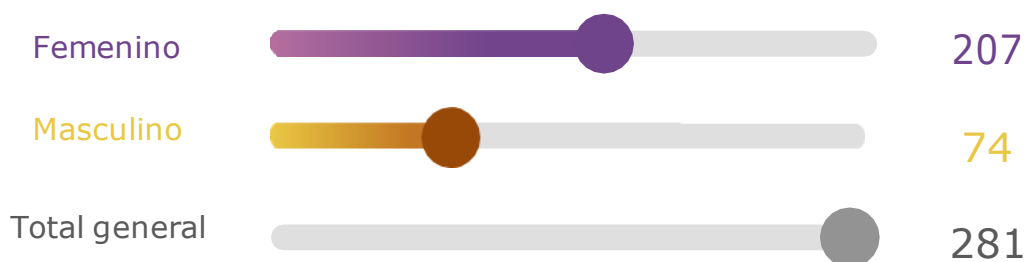
Marktel promueve activamente el equilibrio entre la vida profesional y personal de sus empleados, mediante la implementación de medidas de flexibilización laboral, servicios y beneficios adaptados a sus necesidades. Estas medidas se articulan tanto desde el estricto cumplimiento de la legalidad vigente —incluyendo el Estatuto de los Trabajadores y los convenios colectivos aplicables— como a través de pactos individuales que permiten una mayor adaptación a las circunstancias personales de cada trabajador.

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



Como se observa en los gráficos, en el año 2024, la práctica totalidad de los trabajadores que han disfrutado de un permiso parental durante el ejercicio se han reincorporado a su puesto de trabajo tras el mismo. Únicamente una persona no se reincorporó al finalizar el periodo de suspensión.

En España, cada progenitor, adoptante, guardador o acogedor tiene derecho a disfrutar de un periodo idéntico de suspensión del contrato de trabajo por nacimiento, adopción, guarda con fines de adopción o acogimiento, garantizando así la igualdad de derechos entre ambos progenitores

Marktel promueve activamente la promoción interna como parte de su compromiso con el desarrollo profesional de su equipo humano. Para ello, se comparten de forma regular con el personal las vacantes que surgen en las distintas áreas de la compañía.

Gracias a esta política, y al trabajo conjunto del área de Recursos Humanos y del área de Operaciones, muchos de los puestos de coordinación, supervisión, jefaturas de servicio y formación son cubiertos por profesionales que ya forman parte de la empresa, que han demostrado contar con las competencias necesarias, una trayectoria positiva y una clara motivación por crecer dentro de la organización.

En España el número de trabajadores promocionados en todas las sedes ha sido el siguiente:

Mujeres	103
Hombres	84
Total general	187

9.3. Seguridad y salud

Marktel dispone de un completo sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo, que incluye un plan de contingencia y un protocolo general que establece las medidas que adopta la empresa para prevenir situaciones de crisis sobrevenidas. Este protocolo garantiza tanto la continuidad de los servicios como la protección de la seguridad y la salud del personal.

Las medidas contempladas en este protocolo de actuación se encuentran en constante actualización, adaptándose a las distintas situaciones, escenarios y normativas legales que puedan surgir en cada momento.

La actividad principal de Marktel, centrada en la prestación de servicios de contact center y outsourcing tecnológico, conlleva un bajo índice de siniestralidad, siendo los incidentes poco frecuentes y de carácter puntual.

Los indicadores de seguridad y salud en el trabajo constituyen una herramienta fundamental para evaluar el grado de protección frente a los peligros y riesgos laborales, permitiendo a la organización tomar decisiones informadas para su mejora continua.

- 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 accidentes con días perdidos</i>	<i>enfermedad profesional</i>
España	H	14,25%	2,47	0,1	20	0
	M	20,59%	7,57	0,21	56	0
Portugal	H	10%	0	0	0	0
	M	12%	0,7	0,06	1	0
Colombia	H	3%	0,2	0	1	0
	M	5%	0,3	0	1	2

Para este período de 2024 tenemos que destacar que los accidentes que se han producido en MARKTEL han sido categorizados como accidentes leves por las Mutuas de accidentes correspondientes.

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 la actuación de Marktel. Asimismo, se garantiza el respeto a los representantes de los trabajadores elegidos libremente en cada centro de trabajo, estableciendo canales de comunicación permanentes con estos como parte sustancial de los principios de actuación corporativa.

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 razón de pertenencia sindical.

Las relaciones laborales en la empresa se basan en el cumplimiento íntegro de la legalidad vigente, de los Convenios Fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), de la normativa y jurisprudencia comunitaria, nacional y local, siendo todos ellos trasladados a nuestras prácticas laborales y aplicables a la totalidad de los trabajadores sin distinción alguna. Los convenios colectivos de aplicación regulan todos los aspectos de la relación laboral entre empresa y trabajadores, fruto de la negociación colectiva. Estos convenios abordan todas las dimensiones de dicha relación y garantizan un entorno de trabajo justo, equitativo y conforme a derecho.

Marktel mantiene un compromiso firme con el cumplimiento de la legalidad como vía para unas relaciones laborales limpias y transparentes, que transmitan seguridad y confianza a los trabajadores en el ejercicio de sus derechos y el desarrollo de su actividad profesional

El 100% de los trabajadores de Marktel están cubiertos por convenios colectivos.

9.5. Formación

Marktel continúa realizando una importante inversión en formación durante el año 2024, especialmente centrada en la formación operacional, así como en formación complementaria orientada a la mejora de las competencias profesionales de su personal.

La mayor parte de la formación impartida está destinada a la capacitación del personal de operaciones que presta servicio en los distintos proyectos de la compañía. No obstante, cada año se amplía progresivamente el alcance hacia formaciones más especializadas, impartidas por entidades externas y dirigidas tanto al personal de operaciones como al personal de estructura.

A continuación, se describen los tipos de formaciones impartidas:

•**Formación inicial:**

Se continúa impartiendo formación inicial al nuevo personal, fundamental para que conozcan el contenido del servicio al que son asignados, los procedimientos internos, los aplicativos informáticos, la filosofía del cliente y la cultura organizativa de Marktel. Esta formación se imparte siempre antes del inicio de la actividad, e incluye un módulo de acogida para facilitar la integración y adaptación de los nuevos profesionales a la organización.

•**Formación de reciclaje:**

Se llevan a cabo formaciones de reciclaje por parte del equipo interno de formadores de Marktel, con el objetivo de subsanar carencias y reforzar conocimientos y habilidades necesarias para el correcto desempeño del puesto.

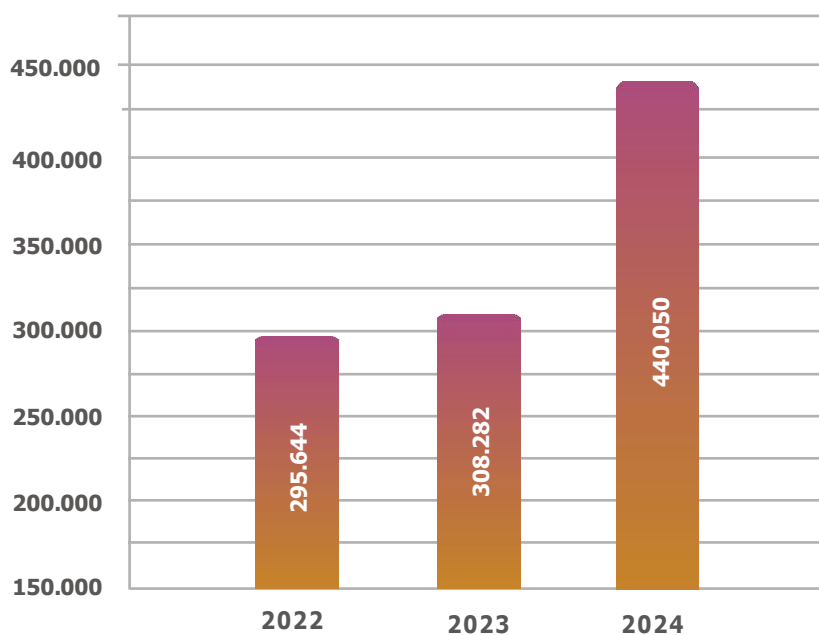
•**Otras formaciones:**

Los Responsables de Servicio y de Departamento trasladan las necesidades formativas particulares de sus áreas al Departamento de Formación, quien se encarga de identificar las soluciones formativas más adecuadas, coordinar su implementación, supervisar su desarrollo y evaluar su eficacia una vez finalizadas.

Todas estas actividades se desarrollan conforme al Procedimiento de Formaciones, documento que regula y estructura la formación de los empleados en todos sus ámbitos.

Las horas de formación por área impartidas en el año 2024 serían las siguientes:

TIPO DE FORMACIÓN	Horas anuales
Formación inicial	160.726
Formación de reciclaje	279.324



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 38 personas con discapacidad trabajan en Marktel (España).

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 anualmente se invierte una importante facturación en servicios contratados a Centros Especiales de Empleo para el cumplimiento de estas medidas alternativas.

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 reafirma su compromiso con la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, a través de la implantación y desarrollo de un Plan de Igualdad. Este plan contempla un conjunto de medidas específicas orientadas a:

- Garantizar la no discriminación por razón de sexo.
- Eliminar posibles sesgos derivados de la maternidad, las responsabilidades familiares o el estado civil.
- Fomentar un entorno laboral inclusivo, equitativo y respetuoso.

La elaboración, negociación, seguimiento y actualización del Plan de Igualdad se realiza mediante una Comisión de Igualdad, compuesta por representantes de la empresa y de los trabajadores. Esta comisión tiene, entre sus funciones, la de velar por la correcta aplicación de las medidas contenidas en el plan, así como garantizar su difusión entre toda la plantilla.

En paralelo, la organización cuenta con un Protocolo de prevención y actuación frente al acoso sexual y por razón de sexo, que tiene por objetivo establecer las medidas necesarias para:

- ✓ Prevenir cualquier situación de acoso en el entorno laboral.
- ✓ Establecer un procedimiento claro de actuación ante posibles casos, garantizando la confidencialidad, la protección de la víctima y la investigación adecuada.
- ✓ Estas acciones forman parte del compromiso firme de Marktel por fomentar una cultura de respeto, inclusión e igualdad efectiva en todos los niveles de la organización

10

INFORMACIÓN SOBRE LOS DERECHOS HUMANOS

Con el objetivo de impulsar iniciativas alineadas con los Derechos Humanos en el marco de la sostenibilidad empresarial, Marktel ha constituido un Comité de Sostenibilidad (anteriormente Comité de RSE), integrado por representantes de las principales áreas funcionales de la compañía, incluida parte de la alta dirección. Este órgano se reúne con una periodicidad trimestral y tiene como responsabilidad principal promover, coordinar y supervisar las políticas y acciones en materia de sostenibilidad, incluyendo el respeto a los Derechos Humanos.

Desde este comité se ha desarrollado una estrategia integral de sostenibilidad, que establece las directrices generales para la gestión de las dimensiones ambiental, social, económica y de gobernanza. Esta estrategia se traduce en objetivos específicos y acciones concretas, orientadas a maximizar el impacto positivo de la compañía sobre su entorno y las partes interesadas.

En su compromiso por avanzar hacia un modelo de negocio más responsable, Marktel ha alineado su estrategia con los Diez Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, incluyendo aquellos referidos específicamente a los Derechos Humanos y las condiciones laborales, así como con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030, adoptando un enfoque transversal que guía tanto su gestión interna como su interacción con la sociedad.

OBJETIVOS EN MATERIA

SOSTENIBILIDAD



ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

- Mejorar el sistema de difusión de las políticas y acciones en materia de RSE
- Implantar labores de formación y concienciación relacionadas con el nuevo código ético.
- Ampliar el plan de igualdad incluyendo medidas para la inclusión del colectivo LGTBI



SOCIAL - EMPLEADOS

- Implantar un sistema de evaluación del desempeño que incluya al personal de estructura de la compañía
- Desarrollar iniciativas sociales y de fomento de la salud en todas las sedes de Marktel



AMBIENTAL

- Plan de ahorro de agua y eficiencia energética
- Promover nuevas campañas para concienciar sobre el consumo energético y el reciclaje



ECONÓMICO

- Adaptarse al nuevo sistema de reporte de Pacto Mundial y demás nueva normativa sobre ESG.

Marktel ha renovado en 2024 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.

El comportamiento ético constituye uno de los pilares fundamentales de la cultura corporativa de Marktel. Este principio se articula a través de su Código Ético, el cual ha sido actualizado en 2024 por el Comité de Sostenibilidad de la compañía (anteriormente Comité de RSE). El Código Ético es de aplicación obligatoria para todos los profesionales de Marktel, independientemente de su función o nivel jerárquico, y establece las pautas de conducta esperadas en el desempeño diario de sus actividades.

Asimismo, el 100% del personal de Marktel está amparado por los convenios colectivos de aplicación en cada territorio donde la compañía opera, garantizando el respeto a los derechos laborales y el cumplimiento de la legislación vigente.

Marktel respalda de forma explícita el respeto a los Derechos Humanos, en línea con los principios fundamentales internacionalmente reconocidos, y manifiesta su rechazo a cualquier forma de trabajo forzoso, infantil o realizado bajo coacción.

Durante el año 2024, no se ha registrado ninguna denuncia relacionada con vulneraciones de los Derechos Humanos, lo que refuerza el compromiso de la organización con el cumplimiento de sus principios éticos y sociales

1

LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO

Marktel dispone de un Área de Compliance Penal, orientado a la prevención de conductas ilícitas tipificadas en el Código Penal, incluyendo aquellas relacionadas con la corrupción y el soborno. Este sistema se basa en un análisis exhaustivo de los riesgos penales que podrían afectar a la organización, permitiendo una actuación preventiva y eficaz frente a este tipo de delitos.

Como parte de su compromiso con la integridad y la ética empresarial, Marktel ha comunicado de forma clara a todas sus partes interesadas las directrices de conducta en materia de lucha contra la corrupción y el soborno, a través de su Código Ético, así como mediante la implantación de políticas y procedimientos específicos.

Entre ellos destaca la Política Anticorrupción, cuya última actualización fue aprobada por el Consejo de Gobierno el 16 de octubre de 2023. Esta política establece principios de tolerancia cero frente a cualquier práctica corrupta y contempla mecanismos de control, formación y supervisión para reforzar una cultura corporativa íntegra y transparente.

12.1. El impacto en el empleo y el desarrollo local.

Marktel contribuye activamente al desarrollo sostenible de las comunidades locales en las que opera, generando valor económico y social a través de la creación de empleo, la contratación responsable y la colaboración con actores sociales e institucionales. Su presencia en España, Portugal y Colombia se caracteriza por el compromiso con el entorno local mediante un enfoque inclusivo y responsable.

Generar empleo con salarios justos en el entorno social donde Marktel ejerce su actividad. Durante el año 2024 Marktel ha formalizado más de 6.344 nuevos contratos de trabajo.

Implantación de medidas de conciliación laboral y familiar, recogidas en los distintos convenios colectivos y en el Plan de Igualdad de la organización.

Cumplimiento tributario riguroso, garantizando el pago de los impuestos correspondientes en cada país y región, contribuyendo al bienestar general y a los servicios públicos.

Inclusión de criterios de sostenibilidad en los contratos con proveedores, promoviendo prácticas responsables en la cadena de suministro.

Proporcionar formación a sus empleados lo que ofrece la posibilidad de mejorar sus competencias y su perfil profesional: Más de 400.000 horas de formación impartidas en 2024.

Promoción de la igualdad de oportunidades y del talento interno, con 187 promociones internas registradas durante el año 2024

Medidas específicas para la inclusión laboral de colectivos con dificultades de acceso al empleo.

Amplia presencia de la mujer en todos los niveles jerárquicos, incluyendo puestos de responsabilidad y dirección.

Implantación progresiva de medidas de eficiencia energética, con especial atención al consumo responsable de recursos, reducción de emisiones y control de vertidos.

Participación en iniciativas comunitarias y de acción social, incluyendo campañas solidarias, formación gratuita, patrocinios y programas de 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:

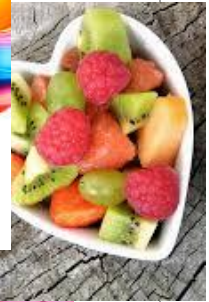
Semana de la salud en Marktel:

Es una iniciativa que busca sensibilizar al personal, para promover y fomentar hábitos y estilos de vida saludables.

En la misma se implicó a todas las sedes de Marktel de los distintos países.

La campaña fue desarrollada durante varios días en los que se programaron distintas actividades:

- Charlas sobre salud.
- Entrega de lazos rosas el día del cáncer de mama.
- Desayunos saludables.
- Carreras solidarias: Valencia Contra el Cáncer



Voluntariado con niños y jóvenes:

Durante el año 2024 en la sede de Colombia se llevaron a cabo varias acciones de voluntariado a favor de niños y jóvenes de la **Fundación Toma a un Niño de la Mano**. Con esta entidad se ha firmado un acuerdo de colaboración para que la misma tenga continuidad a lo largo de los años.

Los voluntarios participaron en proyectos para favorecer la inclusión social de niños de barrios desfavorecidos.

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.



12.2. Gestión responsable de la cadena de suministros

La organización dispone de un Sistema Integrado de Gestión que incluye un procedimiento específico para la gestión de compras y la homologación de proveedores, alineado con el Código Ético corporativo e incorporando criterios de sostenibilidad, incluyendo aspectos ambientales, sociales y de buen gobierno.

La transparencia en el proceso de selección de proveedores se garantiza mediante la participación de las áreas responsables y la aplicación de distintos niveles de revisión y aprobación.

La homologación de proveedores contempla requisitos como el cumplimiento normativo, el desempeño ambiental, el compromiso en materia de prevención de riesgos laborales, la seguridad de la información, así como la solvencia técnica y económica. Para ello, la organización ha definido distintas categorías de proveedores homologables, a los que se les remite un cuestionario de evaluación, cuya superación determina su homologación.

Marktel no subcontrata a terceros los servicios que presta directamente a sus clientes. Por tanto, las auditorías que se realizan a la organización están relacionadas exclusivamente con los sistemas de gestión implantados, y son llevadas a cabo por auditores internos y auditores externos independientes, pertenecientes a entidades de certificación como 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 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. Infomarktel, S.L. Marktel Teleservicios, S.L. Marktel Servicios Globais Unipessoal, 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 medioambiente han sido identificados y evaluados según lo estipulado en el Sistema Integrado de Gestión de Marktel.
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 realiza de forma periódica, a través de su Sistema Integrado de Gestión, un análisis de amenazas, debilidades, oportunidades y fortalezas (análisis DAFO), que sirve como base para la planificación de acciones estratégicas en cada periodo evaluado. Adicionalmente, la organización cuenta con una metodología estructurada para la identificación, análisis y tratamiento de riesgos y oportunidades, así como para la evaluación de los impactos potenciales derivados de su actividad. Este enfoque permite anticipar escenarios críticos, orientar la toma de decisiones y promover la mejora continua en materia de sostenibilidad.
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.
102-18	Estructura de gobernanza.	Apartado 4: Sobre Marktel (Gobierno corporativo y estructura de gobernanza).
102-19	Delegación de autoridad.	El Comité de Sostenibilidad de Marktel está presidido por la vicepresidenta del Consejo de Administración, lo que garantiza una conexión directa entre el órgano de gobierno y la supervisión de las políticas y acciones en materia de sostenibilidad. Esta estructura asegura que las decisiones estratégicas en esta materia cuenten con el respaldo y la implicación del máximo órgano de gobierno.
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 recibe información periódica sobre los avances y estrategias en materia de sostenibilidad. Además, algunos de sus miembros forman parte del Comité de Sostenibilidad, desde el cual se impulsan y supervisan las principales iniciativas, políticas y objetivos 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 de gestión de riesgos se encuentra integrada en el Sistema Integrado de Gestión (SIG), desde el cual se identifican y analizan las amenazas y vulnerabilidades asociadas a los distintos procesos críticos y a la toma de decisiones. Una vez identificados, los riesgos se evalúan conforme a su probabilidad de ocurrencia y su impacto potencial, entendiendo este último como la afectación a procesos o recursos esenciales. Esta evaluación permite determinar el riesgo inherente y establecer su nivel de criticidad. El análisis de riesgos se realiza con una periodicidad planificada y se adoptan medidas correctivas o preventivas en aquellos casos en los que el nivel de riesgo supera el umbral de aceptabilidad definido por la organización. Asimismo, se implantan controles específicos para asegurar que los riesgos que se mantienen por debajo del umbral aceptable sigan gestionándose de forma adecuada, garantizando su control continuo y la eficacia del sistema.
102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales.	La organización ha identificado y evaluado los riesgos y oportunidades vinculados a temas económicos, ambientales y sociales materialmente relevantes para sus partes interesadas, mediante la aplicación de su metodología de gestión de riesgos.
102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad.	La memoria es aprobada por el comité de Sostenibilidad. 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 2024.
102-51	Fecha del último informe.	2023.
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.
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

RI	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.
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.
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental.	No ha habido.

ORGANIZATIVO Y SOCIAL

GRI	RESUMEN	COMENTARIO
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.	Apartado 9.1.: Capital Humano 2024. El índice de rotación para este ejercicio ronda el 60,62% en hombres y el 62,69% en mujeres (datos de España). En Portugal sería del 5,10% en hombres y de 5,90% en mujeres, mientras que en Colombia es el 1,56% en hombres y el 1,62% en mujeres.
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 KPI's 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.
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 interno de homologación de proveedores.

ORGANIZATIVO Y SOCIAL

GRI	RESUMEN	COMENTARIO
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, las 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 2024 que se componen de las adjuntas hojas número 1 a 52.

Madrid, 27 de marzo de 2025.

D. José María Horrillo López de Rey
Presidente

Dª. Livia María Horrillo Grande - Fiordeonti
Consejera

D. Miguel Ángel Molina Carrón
Consejero



marktel