



**INFORME DE RESPONSABILIDAD  
SOCIAL CORPORATIVA  
GRUPO MARKTEL 2010**

**Madrid, Febrero de 2011**

## INDICE

---

1. Carta de Presentación.....	3
2. GESTIÓN RESPONSABLE.....	4
2.1. Ejes de Actuación.....	5
2.1.1. Obra Cultural .....	5
2.1.2. Obra Empresarial .....	6
2.1.3. Obra Social .....	6
2.2. El Centro Especial de Telemarketing .....	7
2.3. Eliminación de Barreras Arquitectónicas .....	8
2.4. Acuerdos de Colaboración.....	8
2.5. Proyecto Discatel.....	9
2.5.1. Cronología de las actuaciones: .....	9
2.5.2. Objetivos y descripción del Proyecto DISCATEL.....	10
3. RECURSOS HUMANOS.....	12
3.1. RRHH Área de Selección.....	12
3.2. RRHH Área Formación y Calidad .....	16
3.2.1. Formaciones de Inicio.....	16
3.2.2. Formaciones refuerzo (retraining) .....	17
3.3. Laboral .....	18
3.3.1. Igualdad de oportunidades. Planes de Igualdad .....	18
3.3.2. Conciliación vida laboral y familiar .....	19
3.3.3. Inmigración.....	19
4. TECNOLOGÍA.....	20

## 1. Carta de Presentación

Presentamos el primer Informe Anual de la Responsabilidad Corporativa con los hechos más relevantes de la Gestión de nuestro Grupo desde la perspectiva de la Responsabilidad Corporativa.

Expone el interés y la actuación de la Dirección por avanzar en la integración social y del trabajo de nuestro Grupo en mejorar la accesibilidad de los servicios ofrecidos a nuestros clientes y fomentar el desarrollo profesional y personal de los empleados.

Para facilitar la integración social de personas en riesgo de exclusión cabe destacar la actividad de la Fundación Marqués de Vivanco, con la gestión de innumerables cursos de formación profesional en jóvenes con su primer empleo y en personas que deseen avanzar en la mejora de su actividad profesional. Así como otros proyectos como el realizado en colaboración con Instituciones Penitenciarias para el reintegro de jóvenes que han cumplido condena y desean volver a la Sociedad, mediante un apoyo importante de Tutorías.

Con los acuerdos realizados con el Centro Especial de Telemarketing se ofrece trabajo a personal discapacitado con especial referencia al Proyecto Discatel, iniciado con el Real Patronato para la Discapacidad.

El Grupo Marketel, favorece el desarrollo personal y profesional de todas las personas que trabajamos en la entidad y propicia la conciliación de la vida laboral y familiar y programas de formación para los empleados.

Finalmente indicar que venimos exigiendo a todos nuestros colaboradores y suministradores los correspondientes códigos éticos, y recomendamos Certificados de Calidad ISO 9001 y Gestión Medioambiental ISO 14001.

## 2. GESTIÓN RESPONSABLE.

Marktél Grupo, es pionero en España en los servicios de marketing telefónico, y como tal con una base sólida en la gestión de estos.

Tenemos un equipo de especialistas con experiencia en el sector, con una media de más de mil trescientos empleados, seis Contact Centers propios (4 en Madrid y 2 en Valencia) en funcionamiento, y una facturación prevista en torno a los 25 MM € para el presente año.

Para el Grupo Marktél una gestión responsable consiste en situarnos en un excelente nivel, con una alta cualificación en cuanto a profesionalidad y servicios, y una cartera de clientes de primera línea, que aportan excelentes referencias sobre nuestra actividad.

Así mismo queremos mantener nuestro Compromiso Social más allá de lo que la ley exige, haciendo que nuestros propios empleados así como nuestros clientes y la sociedad en general se beneficien de nuestras acciones.

La Fundación Marqués de Vivanco y el grupo de empresas encuadradas en el Grupo Marktél, establece como premisa principal de su actividad empresarial, la contribución activa y voluntaria a la mejora social y cultural empleando activamente parte de sus beneficios a esta área. El Centro Especial del Telemarketing se englobaría dentro del área social de la Fundación y del Grupo.

Nuestra actividad se centra en tres áreas bien definidas:

1. Recursos Humanos: empleo de personal desplazado en las oficinas de nuestros clientes, el cual ha sido previamente seleccionado por nuestro departamento de Recursos Humanos, y ha recibido una formación específica que nos permite tener un alto índice de cualificación y sobre todo continuidad con todo lo que esto implica, dada la inversión realizada en formación y profesionalización.  
Se han suscrito acuerdos con Universidades y Escuelas de Negocios al objeto de poder ofrecer a estudiantes y titulados una profesión que cada día cuenta con más futuro y posibilidades.

2. Contact Centers propios, con capacidad para 1.000 personas, equipados con software y hardware de primer nivel, que permite a las entidades que así lo deseen ofrecer servicios de recepción de llamadas (atención al cliente, desvío de llamadas fuera de horario, y/o por saturación, lanzamiento de nuevos productos, reclamaciones, Banca Telefónica, Internet, gestión de siniestros, etc.), así como emisión de llamadas (convocatorias, mailing, fidelización, control de calidad, gestión de altas y bajas, tramitar operaciones, información general o específica, venta cruzada, etc.). Todo ello con el objetivo de ofrecer un servicio global y calidad total en campañas de corta, media y larga duración.
  
3. Creación "Llave en mano" de Contact Centers específicos para cada cliente, garantizando mediante la fórmula del outsourcing la gestión integral de este área en oficinas situadas físicamente junto al cliente o bien mediante conexiones (punto a punto, LMDS, etc.) con este.  
Dentro del concepto de servicio integral, y como socios tecnológicos ofrecemos nuestras herramientas de gestión a través del software específico para Contact Center (Orign, Aibe, etc.) integrado en los sistemas telefónicos e informáticos de la empresa.

## **2.1. Ejes de Actuación.**

Los principales ejes de actuación en los que se basa el buen funcionamiento del Grupo son los siguientes:

### **2.1.1. Obra Cultural**

La Fundación viene realizando sus actividades de consolidación en diferentes ámbitos histórico artístico.

En la Sede Social se desarrolla una acción de mejora continua en la instalación de colecciones y del Archivo cuya cesión tiene encomendada. En este sentido se está procediendo a su restauración y a su catalogación como primer paso previo a iniciar su estudio y eventual digitalización. El archivo de la Fundación cuenta con más de

5.000 documentos que arrancan desde el año 1.100 y contiene incunables, Cartas Reales, Bulas Papales y libros de inestimable valor histórico, todos vinculados a la familia fundadora.

Con ello podemos afirmar que el Patrimonio cedido a la Fundación es importantísimo pues incluye piezas de gran valor y alta época en pintura, porcelanas de Meissen y de la Compañía de Indias, Plata Cordobesa y Cristal de La Granja de los siglos XVII y XVIII, así como tapices, esculturas, alfombras de la Real Fábrica y otros objetos preciosos. Así mismo se incluye una importante pinacoteca de otros reconocidos.

Por otra parte la Fundación realiza una importante colaboración con las Iglesias y Ayuntamientos del Valle del Guadiato en Córdoba y el Valle de Mena en Burgos, donde en el pasado, se asentaron las Casas de Vivanco y Horrillo.

### **2.1.2. Obra Empresarial**

ECU Consultores y Gestores es la sociedad patrimonial e instrumental que aglutina las acciones de todas las empresas del Grupo Marktel y depende directamente de la Fundación, al objeto de unificar políticas y mantener una Dirección General que permita una correcta coordinación empresarial. De esta empresa matriz depende Grupo Marktel, que en la actualidad está formado por la siguientes empresas:

Marktel S.A., para servicios Telefónicos,  
Marktel Teleservicios para Ventas Telefónicas,  
Telemarktel E.T.T.  
Infomarktel

Con ello se pretende por un lado alcanzar los objetivos fundacionales y por otro, obtener apoyo financiero para la consecución de éstos.

### **2.1.3. Obra Social**

Nuestra Fundación tiene como fin fundacional facilitar el acceso al mundo laboral a discapacitados físicos y psíquicos y a aquellos sectores de difícil incorporación como son jóvenes y mujeres que en su primer empleo carezcan de la formación básica requerida.

## 2.2. El Centro Especial de Telemarketing

El Centro Especial de Telemarketing, en adelante CET, es gestionado directamente por la Fundación que, en colaboración con el Consejo de Administración del Grupo Marktel, ofrece formación y empleo a personas con discapacidad.

Con la integración laboral de personas discapacitadas, no sólo se pretende cumplir con una responsabilidad corporativa con la sociedad, sino que se apuesta desde el convencimiento por las cualidades personales y profesionales de dichas personas, para el ejercicio de la profesión de atención al cliente.

Las empresas de servicios de Contact Center se han convertido para muchos discapacitados en una de las mejores vías para encontrar un puesto de trabajo. La información, gestión, reclamaciones o cobros a través del teléfono o mediante Internet representan para muchas personas de este colectivo un ámbito laboral que permite desarrollar una carrera profesional a largo plazo.

**Conseguimos que la empresa mejore en su labor social contribuyendo al empleo desde la igualdad y la no discriminación.**

**El CET se creó en el 2006 y en estos 5 años de funcionamiento ha proporcionado empleo protegido a más de 60 personas con discapacidad.**

Todo ello se debe al trabajo diario de todos los componentes del Grupo (Área de operaciones, Área de RRHH, Coordinación, Tutores...) con nuestros clientes ya que no se pierde el grado de calidad y buen nivel de servicio que ofrecemos.

Todos nuestros clientes aceptan de buen grado que en sus servicios haya personas con discapacidad totalmente integradas y que desempeñan un buen trabajo.

De igual manera también destacamos la labor de los voluntarios y psicólogos que nos ayudan a crecer y a entender a las personas desfavorecidas.

Se realizan actividades culturales y deportivas junto con otras asociaciones para que los trabajadores se sientan más empresa y a parte de conseguir objetivos profesionales, vayan evolucionando personalmente.

### **2.3. Eliminación de Barreras Arquitectónicas**

Todas las instalaciones del Grupo se han adaptado para que estas personas puedan acceder a los puestos de trabajo con facilidad. En este sentido la eliminación de barreras arquitectónicas ha consistido en:

- Adaptación de baños, con barras de sujeción especiales, monomandos y alturas homologadas.
- Adaptación de puestos con diferentes alturas y espacios más amplios, sillas ergonómicas, apoyabrazos y reposapiés.
- Rampas de acceso al edificio y a las plantas.

### **2.4. Acuerdos de Colaboración**

Tanto la Fundación como el propio CET han firmado importantes acuerdos de colaboración con diferentes entidades públicas y privadas con el objetivo de dar formación y posterior empleo a personas con dificultades de acceso al mundo laboral, tales como:

- Fundación Integra
- FAMMA
- Asociación SER
- Fundación Tomillo
- Asociación de Educadores Alamedillas
- Centro de Recuperación de Minusválidos Físicos de Madrid
- Agencia para el Empleo
- Fundación Prevent
- Asociación Arquitempo
- Fundación Universia
- Fundación Adecco
- Fundación Manpower
- Fundación Integralia
- Ayuntamiento de Alcalá de Henares

## **2.5. Proyecto Discatel**

Grupo Marktel, a través de su Centro Especial de Empleo, CET, participa en el Proyecto Discatel que consiste en estudiar las posibilidades de adecuación de los puestos de trabajo al segmento de personas con discapacidad, como una de sus mejores contribuciones sociales.

Para conseguirlo ha creado y puesto en marcha el Grupo de Teletrabajo integrado actualmente por las siguientes empresas :

Fundacion Integralia, AEECCC, SERTEL, CET, Fundacion Alares, Altitude Software, Pelayo Asistencia, Customer Top, Teletech, Atento y Konecta, con la colaboración del Real Patronato sobre Discapacidad y el patrocinio de Vodafone España, Altitude Software, Zasilogic e Izo Sistem. Participan como "empresas adheridas": GSS e Izo Sistem.

### **2.5.1. Cronología de las actuaciones:**

El Grupo de Teletrabajo comenzó su actividad, dentro de la AEECCC, mediante reuniones mensuales a partir de Enero 2006.

Durante todo ese año se estudiaron distintos aspectos del teletrabajo de contact center para personas con discapacidad física en España y en Europa.

El Grupo contó desde el primer momento con el apoyo del Real Patronato sobre Discapacidad y realiza muchas de sus reuniones en la sede de este Organismo con asistencia y apoyo de sus Responsables y Técnicos.

A principios de 2007 el Grupo se planteó la puesta en marcha de una experiencia concreta de teletrabajo, nominándola como Proyecto DISCATEL.

## 2.5.2. Objetivos y descripción del Proyecto DISCATEL

El Objetivo principal de este Proyecto es demostrar la posibilidad técnica y la rentabilidad económica y social del teletrabajo de contact center realizado desde su domicilio o centro a distancia por personas con alguna discapacidad física.

En la AEECCC pensamos que las empresas de servicios de contact center se pueden convertir, para muchas personas con alguna discapacidad, en una de las mejores vías para encontrar un puesto de trabajo, por el tipo de servicios que en ellos se realizan. De ello tenemos buenos ejemplos ya en muchas plataformas de algunas de nuestras empresas asociadas.

Un paso más en este camino es la realización de estas tareas mediante teletrabajo desde el propio domicilio del discapacitado, de forma total o parcial, sobre todo por aquellos que tengan grandes dificultades de movilidad o vivan en localizaciones muy alejadas de posibles centros de trabajo.

Para la puesta en marcha de esta experiencia se ofrecieron inicialmente cuatro Empresas asociadas: Fundación Integralia, SERTEL, el Centro Especial de Telemarketing y Fundación Alares, que realizaron la selección, contratación, formación y supervisión de 8 personas con discapacidad para trabajar como Agentes de contact center desde sus domicilios. Para ello fue necesario realizar distintas adecuaciones tecnológicas en cada caso, según la discapacidad del Agente, tanto en el domicilio del trabajador como en la plataforma del propio contact center.

El Grupo de Teletrabajo de la AEECCC, liderado por su Presidente Fundador D. José Luis Goytre, ha realizado el seguimiento de toda la experiencia y ha plasmado en un Informe los pasos seguidos, las vicisitudes y problemas que se han presentado, así como las soluciones que se les han ido dando. (Pueden consultarlo en [http://www.aeccc.com/fondo\\_documental.cfm](http://www.aeccc.com/fondo_documental.cfm) )

Todo ello con el fin altruista de presentarlo a todos los Asociados de la AEECCC y en general a todas las empresas, Entidades y personas interesadas por estos temas, a fin de que vean, en la práctica, que esta línea de integración de personas con discapacidad es posible, es socialmente interesante y, debidamente gestionada, económicamente viable.

En 2010 el Grupo de Teletrabajo se ha ampliado con nuevas empresas que han expresado su interés por participar activamente en el Proyecto DISCATEL y centrará sus esfuerzos en la creación de una "Guía práctica del teletrabajo y del empleo de personas con alguna discapacidad en el entornos de contact centers y similares" a fin de promocionar el empleo de estas personas ya sea en los locales de la empresa o, en los casos mas graves, por el sistema de teletrabajo.

Como objetivo cuantitativo el Grupo de Teletrabajo de la AEECCC se impuso el reto de conseguir dar empleo a 50 personas con discapacidad en plataformas de contact center y a 15 mas por el sistema de teletrabajo. Lo cierto es que en 2010 las empresas integrantes y adheridas al Proyecto Discatel han colocado a 65 personas con discapacidad en plataformas de contact center y a 18 más por teletrabajo.

### **3. RECURSOS HUMANOS.**

Grupo Marktel es un referente dentro del sector Contact Center ya que se ha consolidado como una de las empresas más sólidas y con un crecimiento continuado dentro del sector.

En gran parte el éxito se debe a un equipo joven, dinámico y muy implicado en este proyecto, siendo el factor humano el pilar en el que se apoya esta empresa, por lo que el departamento de RRHH juega un papel muy importante.

Este departamento está volcado en dos áreas de trabajo, por un lado el área de Selección con labores de reclutamiento y selección por competencias y por otro el área de Formación y Calidad encargada de formar nuevas incorporaciones, refuerzos continuos y seguimiento del desempeño laboral dentro de unos parámetros de excelencia.

#### **3.1. RRHH Área de Selección**

El trabajo del Área de Selección está encaminado a ofrecer servicio a los distintos departamentos de la empresa dotándolos del capital humano necesario para el desempeño de las distintas ocupaciones.

Para el logro de este objetivo Marktel cuenta con equipo sólido orientado tanto al cliente interno como al cliente externo. Los objetivos de este área caminan de la mano con los objetivos del Departamento de Operaciones teniendo siempre como prioridad el cuidado de las personas que comienzan su andadura profesional en esta empresa y de aquellas que ya forman parte de los distintos equipos.

No sólo se orienta el trabajo a la incorporación de nuevo personal sino también al análisis de los distintos ambientes laborales pulsando la opinión de los trabajadores mediante distintas encuestas de satisfacción de las que se extraen datos y conclusiones que sirvan para la mejora del clima laboral.

## Competencias

Los procesos de selección tienen una importancia fundamental en esta compañía ya que deben cumplir dos objetivos. Por un lado, satisfacer las necesidades de nuestros clientes externos dotando los distintos servicios del personal mejor cualificado para el desempeño para cada una de las funciones y por otro lado, acoger nuevos trabajadores e integrarlos en un ambiente laboral donde se sientan valorados como parte de un equipo humano que es una pieza fundamental del desarrollo de la compañía.

Para poder seleccionar al candidato idóneo el Área de Selección evalúa la capacidad de los candidatos en función del servicio al que van a estar adscritos.

Para ello se realizan contactos con los distintos clientes y servicios para determinar cuales son las competencias idóneas para cada puesto. Una vez determinadas el Área de Selección evalúa los candidatos no sólo en entrevistas personales e individualizadas sino con pruebas de habilidad adaptadas a cada uno de los puestos y servicios de la compañía.

## Perfiles

El perfil de un candidato idóneo para nuestros servicios de Contact Center depende de cada uno de los servicios pero debe cumplir con unos criterios básicos que son:

- Buen comunicador
- Orientación al cliente y a la calidad
- Proactividad
- Capacidad de aprendizaje
- Vocación de servicio

Y en el ámbito comercial:

- Comunicación oral persuasiva
- Capacidad comercial

La tendencia durante el año 2010 ha sido la incorporación de personal altamente cualificado dando prioridad a candidatos con titulación universitaria y experiencia demostrable en telemarketing.

Uno de los aspectos que más se ha trabajado ha sido la incorporación de personal con discapacidad a través de nuestro Centro Especial de Empleo, la labor de este centro ha ido encaminada a la integración laboral de personas con discapacidad.

El Centro Especial de Empleo ha sido una de las apuestas más fuertes de la compañía durante el año 2010, no sólo se ha tratado de integrar a personas con discapacidad que cumplieran los perfiles sino que estas personas han tenido un seguimiento específico para ellos. Se incorporó a la plantilla de RRHH y para tal fin a una psicóloga especializada en gestiones y trámites relacionados con estos trabajadores.

### **Desarrollo profesional**

Desde el ámbito de la selección el área obviamente ha centrado sus labores en la selección inicial de nuevo trabajadores basándonos en las competencias necesarias para cada uno de los servicios para ello se ha implantado una metodología que abarca todo el área de Operaciones de toma de datos y toma de perfil, de tal manera que los criterios de selección fueran uniformes.

No obstante no sólo este ha sido el ámbito de trabajo sino que durante el 2010 se ha implantado un sistema piloto consistente en dar apoyo a los trabajadores. Hemos comenzado con campañas comerciales pero el objetivo es hacerlo extensivo al resto de campañas. La metodología que se ha utilizado en estas sesiones de apoyo se basa en los principios de coaching.

Por otro lado durante el año 2010 se ha puesto en marcha un sistema de encuestas de satisfacción cuyo objetivo es pulsar la opinión de los propios trabajadores a cerca del ambiente laboral de tal manera que podían expresar su percepción sobre el servicio, la jerarquía, propuestas de mejora, etc. Las conclusiones generales de estas encuestas se comunican a Operaciones a fin de valorar posibles áreas de mejora.

Cabe resaltar por último la política de la compañía respecto a la promoción interna, opción elegida para realizar la cobertura de nuevas vacantes en cualquier área tanto en la estructura de la empresa como en el área de Operaciones. Principalmente estas promociones se llevan a cabo en el área de Operaciones para la cobertura de puestos de coordinación, supervisión y también formación.

Uno de los objetivos marcados para 2010 y 2011 es fomentar la continuidad de los trabajadores a fin de evitar la rotación dentro de la compañía, amparándonos en las categorías de nuestro Convenio Colectivo fomentando el paso a la categoría de teleoperador especialista con su respectivo incremento salarial, fomentando la promoción interna y la formación continua dentro de la compañía.

## Objetivos 2011

Los compromisos que la compañía tiene con sus trabajadores van encaminados a aumentar la satisfacción de los trabajadores en su ámbito laboral. Las áreas sobre las que vamos a trabajar son las siguientes:

- 1.- Respecto a nuestro Centro Especial de Empleo el objetivo para 2011 es aumentar exponencialmente el número de trabajadores con discapacidad integrados en los respectivos servicios de la compañía. El seguimiento realizado por la psicóloga especialista va a marcar toda la vida laboral del trabajador desde el momento de la selección, pasando por la formación de capacitación para el puesto y continuando con seguimientos mensuales del desempeño de su puesto de trabajo y sus sensaciones y percepciones dentro de la empresa, así como cursos específicos no sólo relacionados con su puesto sino también de otras índoles como por ejemplo prevención de Riesgos Laborales.
- 2.- Durante el año 2011 la previsión es ampliar el proyecto piloto de apoyo a los trabajadores haciéndolo no sólo extensible a las campañas comerciales sino también a las de atención al cliente y administrativas. El objetivo de este proyecto es que los trabajadores puedan expresar libremente su percepción sobre su puesto de trabajo y posibles áreas de mejora.
- 3.- También en 2011 se harán extensibles las encuestas de satisfacción igualmente para conocer el grado de bienestar de los trabajadores. Tanto el plan de apoyo al trabajador como las encuestas de satisfacción tienen como finalidad detectar y actuar sobre las áreas de mejora así como afianzar los puntos fuertes de los diferentes servicios.
- 4.- A lo largo del 2011 vamos a lanzar un proyecto piloto de evaluación por competencias, el objetivo de este proyecto es confirmar desde el área de Selección que las personas seleccionadas se ajustan a los perfiles demandados por el cliente externo e interno, y además extraer el máximo potencial de los trabajadores con vistas a futuras reubicaciones o promociones internas.

## **3.2. RRHH Área Formación y Calidad**

Uno de los pilares del Departamento de RRHH es la selección por competencias es fundamental la existencia de un área de Formación cuya labor sea no sólo formar en producto/servicio de cada una de las campañas sino potenciar las competencias previamente detectadas por Selección, conseguir que el desempeño de los empleados sea óptimo con el fin de aumentar la calidad y la productividad.

Para ello la compañía destina recursos específicos para el área de formación y especializados en cada uno de los servicios.

La labor de estas personas es:

Primero: conseguir que los agentes se incorporen en un inicio al puesto de trabajo debidamente formados.

Segundo: realizar la formación continua de los empleados.

Tercero: mejorar la calidad del servicio ofrecido por todos y cada uno de los operadores.

Por ello este capital humano no sólo está centrado en el área de formación sino que lleva implícita la gestión de la calidad en los diferentes departamentos de la compañía.

### **3.2.1. Formaciones de Inicio**

El área de formación y calidad programa para cada una de las selecciones una formación de inicio que como hemos comentado capacitará a cada uno de los agentes en su puesto de trabajo.

Estas formaciones de inicio tienen dos objetivos:

1. El aprendizaje de los distintos aspectos de la operativa del departamento.
2. Continuar la labor del área de Selección verificando si las personas se ajustan totalmente al perfil indicado por el cliente.

El papel del formador no termina con la formación de los agentes sino que deben actualizar continuamente sus conocimientos y técnicas para maximizar los resultados de las formaciones.

Respecto a los trabajadores del Centro Especial de Empleo aún cuando reciben la misma formación que el resto de empleados son acompañados durante este proceso inicial por la psicóloga especialista. Durante las formaciones de inicio esta persona junto con el formador velan por que la integración en el grupo y en el puesto de trabajo sea total.

### **3.2.2. Formaciones refuerzo (retraining)**

Otro aspecto importantísimo dentro del área son las formaciones de refuerzo. Estas tienen dos vertientes muy diferenciadas:

En primer lugar están orientadas hacia la capacitación de los empleados respecto a cambios o modificaciones de la operativa. La ventaja de disponer en cada uno de los servicios es que dota a la compañía de agilidad a la hora de transmitir a los empleados de forma inmediata cualquier cambio que el cliente externo nos comunique.

En segundo lugar el área de formación y calidad posee una herramienta fundamental para el desempeño de su trabajo que son las auditorías de calidad. Mediante esta herramienta los formadores extraen resultados respecto a posibles carencias que pueda tener un equipo y en colaboración con el área de Operaciones programar acciones de mejora para la subsanación de esas carencias. Cuando se detecta que además las carencias implican a una o varias personas del Centro Especial de Empleo no sólo actúa el formador sino además se recurre al apoyo de nuestra psicóloga especialista.

#### **Auditorias de calidad**

Como hemos comentado anteriormente se trata de una herramienta fundamental para el área. Se audita a todos y cada uno de los miembros de un equipo a fin de comprobar cuales son sus carencias en operativa, sistemas y sobre todo y especialmente en la excelencia telefónica ya que esto último es una de las competencias que los distintos clientes externos nos exigen para cada uno de los servicios.

La finalidad es que nuestros agentes tengan un grado de excelencia telefónica superior a los de cualquier empresa de la competencia.

Estas auditorias se realizan bien en observación directa, bien gracias a nuestros sistemas informáticos accediendo, de manera remota, a grabaciones de conversaciones de los distintos agentes.

La extracción de datos como dijimos anteriormente sirve a los formadores para la programación de acciones de refuerzo pero además permite realizar tutorías individualizadas.

La importancia de las tutorías individuales es fundamental en cualquiera de nuestros servicios. Su función es corregir posibles carencias que se producen a nivel individual. No obstante durante la tutoría individualizada no sólo nos centramos en las áreas de mejora, es política de la compañía realizar refuerzos positivos. Es decir, se pretende corregir lo que es necesario pero además informar al trabajador y hacer hincapié en aquello que está realizando correctamente.

### **Objetivos 2011**

Los objetivos para el 2011 son continuar profundizando en el Plan de Calidad de los distintos servicios. Programando puestas en común entre los distintos formadores para unificar criterios y aportar sugerencias de mejora desde la experiencia personal.

También es un objetivo ampliar el capital humano destinado a esta área ya que para Marktel es fundamental disponer de un equipo de formación sólido orientado a la consecución del objetivo de excelencia propio de la empresa.

## **3.3. Laboral**

### **3.3.1. Igualdad de oportunidades. Planes de Igualdad**

La igualdad entre hombres y mujeres es uno de los principios fundamentales de Marktel Servicios de Marketing.

Nuestra política consiste en garantizar la igualdad de oportunidades y de trato entre ambos sexos y en luchar contra toda discriminación basada en el sexo y promover uno de los derechos fundamentales que es la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el trabajo

En Marktel Servicios de Marketing apostamos por la integración de la mujer en el mundo laboral así como la promoción del mismo a puesto de Dirección.

### **3.3.2. Conciliación vida laboral y familiar**

Uno de nuestros principales retos es la conciliación de la vida laboral y familiar de nuestros trabajadores.

Para alcanzar una buena conciliación es importante medidas de flexibilización, de racionalización de horarios, intentando reorganizar el trabajo en torno a objetivos, y reforzando la seguridad en el puesto de trabajo a través de acciones como el teletrabajo, flexibilidad de espacio, excedencias, reducciones de trabajo...

Nuestra experiencia en la implantación de estas medidas nos indican reduce sensiblemente los problemas laborales y aumenta la motivación y compromiso del trabajado.

### **3.3.3. Inmigración**

Apostamos por la contratación de personal extranjero, porque creemos que la incorporación de inmigrantes es enriquecedora apostando por la interculturalidad en nuestra empresa.

## 4. TECNOLOGÍA.

Desde Grupo Marktel se ha venido insistiendo en la importancia de la adaptación de la tecnología a las exigencias medioambientales. En este sentido, nuestra aportación en el año 2010 ha estado marcada por los siguientes hitos:

- Sustitución de todos los monitores CRT por monitores TFT, para reducir el consumo eléctrico: de 90 vatios a 15 vatios por monitor.
- Sustitución de los PCs más antiguos por nuevos equipos con procesadores "Core2 Duo" de mejor aprovechamiento de la energía (mayor rendimiento por vatio).
- Sistemas de apagado automático de los monitores en descanso, y apagado automático de los equipos fuera de la jornada de trabajo. Ambos mecanismos permiten reducir considerablemente los consumos de electricidad.
- Parque tecnológico de equipos de la firma Dell, ampliamente comprometida en cuestiones medioambientales (ver enlaces: <http://content.dell.com/es/es/corp/d/corp-comm/earth-cio-corner-fundamentals.aspx> sobre Dell Earth).

En este sentido, preferimos adquirir equipos de una firma que no sólo ofrezca buena relación calidad-precio, sino que además sea respetuosa con el medioambiente y colabore en políticas ecológicas y sostenibles.

- Sustitución de Faxes convencionales por Faxes de Windows (software) para reducir el consumo de papel, convirtiendo los documentos recibidos en pdf, e imprimiendo únicamente aquellos estrictamente necesarios.
- Sistema de Gestión Documental informatizado, para el almacenamiento y difusión de documentación en formato electrónico, evitando así su impresión masiva.
- Renovación de las impresoras que no cumplan los requisitos "Energy Star" (eficiencia eléctrica), por nuevos equipos con consumos y rendimientos más adecuados.

- Restricciones de uso de impresoras y copiadoras: habilitadas con contraseña únicamente para personal administrativo y de coordinación, con el fin de evitar el uso innecesario e incontrolado de las mismas.
- Virtualización: hemos incrementado el número de servidores virtuales, eliminando los servidores más antiguos y optimizando el ratio de rendimiento de servidores más modernos por el número de aplicaciones.