



2020

Informe No Financiero

Índice

06. Quiénes somos



- 06. Misión, visión y valores
- 06. Cómo estamos organizados
- 09. Somos el partner de confianza de nuestro cliente
- 10. Qué hacemos
- 12. Cómo lo hacemos

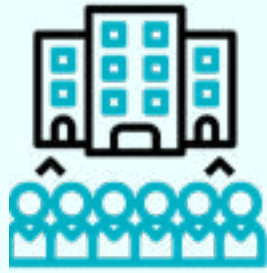
12. Análisis de materialidad



13. Buen gobierno corporativo



14. Compromiso con la plantilla



- 14. Políticas y retos de Capital Humano
- 15. Hablando en cifras
- 29. Igualdad de oportunidades
- 32. Entorno de trabajo seguro y responsable
- 34. Formación y Desarrollo profesional
- 36. Integración de personas con capacidades diferentes
- 37. Relaciones sociales y organización del tiempo de trabajo

38. Compromiso con el Medio Ambiente



- 38. Impactos y sistema de gestión ambiental
- 38. Contaminación atmosférica, acústica y lumínica
- 39. Economía circular y prevención y gestión de residuos (residuos peligrosos, no peligrosos y resto de residuos)
- 40. Uso sostenible de los recursos (energía eléctrica, consumo de agua, consumo de materias primas, cambio climático y protección de la biodiversidad)

41. Compromiso con la sociedad



- 41. Compromiso con el desarrollo sostenible
- 44. Relación con nuestros clientes
- 46. Relación con nuestros proveedores
- 47. Información fiscal

48. Respeto a los Derechos Humanos



48. Tablas de contenido GRI



Sobre este informe

Desde nuestro Grupo queremos dejar constancia de nuestro compromiso con la Responsabilidad Social, estableciendo un marco de referencia desde el que podamos desarrollar y potenciar un comportamiento socialmente responsable donde esté nuestro negocio.

2020 ha sido un año complejo y atípico, marcado por la pandemia sanitaria provocada por la covid-19, en el que toda nuestra forma de trabajar y de vivir se ha visto afectada de forma radical. El año 2020, ha sido un año decisivo para poner en valor nuestra principal seña de identidad, nuestro principal activo, las personas, y por tanto, en los primeros momentos de la pandemia, adelantarnos a la situación, lo que supuso un reto máximo para nuestra organización.

Procedimos a activar nuestros planes de contingencia, necesarios para garantizar la seguridad y salud de toda nuestra plantilla y asegurar la continuidad de nuestro negocio. Garantizar esa continuidad, en ese primer momento de la pandemia, ha sido un reto máximo para nosotros.

La Responsabilidad Social nos permite coordinar el interés social de todas las compañías de nuestro Grupo con el de los diferentes grupos de interés que puedan verse afectados para el impacto, así como la huella que pueda tener nuestra actividad en su conjunto y en el medio ambiente.

Somos conscientes de que el compromiso con la Responsabilidad Social es un factor clave y estratégico en el desempeño de nuestras funciones ya que redonda directamente en todos los grupos de interés, dirigiendo todos los esfuerzos hacia la mejora continua.

Desde nuestros Departamentos de Recursos Humanos, lo ejecutamos a través de formación y desarrollo para conseguir aumentar la motivación, capacitación y posibilidad de innovación y, por tanto, la eficacia y formación para el desarrollo profesional. Todo ello con compromiso en la igualdad efectiva de oportunidades entre hombres y mujeres.

Con nuestro interés y esfuerzo por una correcta gestión desde el punto de vista de calidad, en búsqueda de la mejora continua; entendemos y satisfacemos las necesidades de nuestros clientes, garantizando el cumplimiento de todos los requisitos legales y reglamentarios. Promovemos el máximo control y

seguimiento de todos los procesos con el fin de ofrecer un servicio de calidad, orientando a nuestras empresas hacia la excelencia, mediante la identificación de oportunidades de mejora y la posterior implantación de planes de acción.

Somos responsables con el medio ambiente a través de los recursos utilizados en nuestra actividad para establecer, unificar e implantar criterios y modos de actuación respetuosos con el entorno.

Y por tanto, aportamos nuestro granito de arena siendo socialmente responsables, con un compromiso real y tangible con las personas y el espacio en el que vivimos, fomentando también una cultura de integración laboral de personas con capacidades diferentes.



Somos Socios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, una iniciativa internacional cuyo objetivo es conseguir un compromiso voluntario por medio de la implantación de diez principios basados en los Derechos Humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción. Adquirimos así el compromiso de integrar dichos principios en nuestra estrategia, cultura y operaciones.

Finalmente, insistimos en nuestros valores corporativos, nuestra seña de identidad. Creemos que el trabajo en equipo y nuestro proyecto, las personas, constituyen el activo más

atractivo y valioso del Grupo SALESLAND: es lo que nos hace diferentes y aporta un valor añadido sin igual.

Presentamos este informe, compartiendo nuestro secreto, somos un gran equipo, y tenemos una meta para nuestros clientes, su crecimiento y rentabilidad

Desde el compromiso Compliance, con la legislación vigente y el cumplimiento de las leyes, las recomendaciones de los poderes públicos, la responsabilidad social y el buen hacer corporativo.

- Liderando el outsourcing comercial en todos los mercados operativos
- Entregando valor en cada propuesta comercial a medida, a través de todos los canales de venta
- Jugando con la tecnología para innovar en todo el proceso comercial

- Reclutando y desarrollando el talento como base de nuestro diferencial

Algo tenemos de familia, pues según nos dicen nuestros clientes transmitimos personalidad, un carácter propio a la hora de trabajar:

- Hacemos nuestros todos los proyectos, nos adaptamos y remamos todos en la misma dirección.
- Disfrutamos con la diversidad y aprendemos de ella: tener compañeros/as en 11 países es altamente enriquecedor.
- Creemos en la humildad y en la constancia: lo notarás en el primer proyecto que compartamos..

Y llevamos más de 20 años creciendo, viviendo y compartiendo SALESLAND, este es nuestro secreto, el diferencial que ofrecemos a nuestros clientes, empleados y proveedores.

Así pues, a través de este informe, se pretende dar respuesta a los requisitos establecidos en la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad. El ámbito de análisis de la información contemplada, tiene en cuenta a todas las sociedades del Grupo SALESLAND, representadas por las que se recogen a continuación (varias de ellas, sin actividad):

| | |
|---|--|
| ESPAÑA | |
| SALESLAND S.L.U. SALESLAND MEDIACIÓN S.L.U. SALESLAND ETT. S.L.U. | SALESLAND ASSISTANT S.L.U. SALESLAND AGENTE FINANCIERO S.L.U. |
| PORTUGAL | |
| SALESLAND PORTUGAL UNIPessoal LDA | |
| PERÚ | |
| SALESLAND PACÍFICO. SA SALESLAND 360. SAC | SALESLAND DIGITAL. SAC |
| CHILE | |
| SALESLAND CHILE. SPA | PROMOCIONES PDV CHILE EST. SPA |
| COLOMBIA | |
| SALESLAND COLOMBIA. SAS SALESLAND INTERNATIONAL. SAS (Sociedad Matriz) | |
| MÉXICO | |
| SALESLAND PROMOCIONES MEXICANAS. SA de CV | |
| GUATEMALA | |
| SALESLAND GUATEMALA. SA | |
| COSTA RICA | |
| SALESLAND COSTA RICA. SRL | |
| ECUADOR | |
| SALESLAND ECUADOR. SAS | |
| HONDURAS | |
| SALESLAND HONDURAS. SA | |
| EL SALVADOR | |
| SALESLAND EL SALVADOR. de CV | |

De todo este grupo de empresas, aquellas que concentran más del 90% de la actividad son SALESLAND, S.L.U.; SALESLAND PACÍFICO, SA; SALESLAND COLOMBIA, SAS ; SALESLAND CHILE, SPA.

Quiénes somos



Misión, visión y valores



Nuestra Misión

Ser el partner estratégico de ventas de nuestros clientes.



Nuestra Visión

Liderar el Outsourcing comercial en los mercados donde operamos, entregando valor diferencial en cada propuesta comercial, apostando por la tecnología y siendo la compañía en la que todos quieran trabajar.



Nuestros Valores

- Compromiso
- Valentía
- Pasión
- Talento
- Think Different

Hemos conseguido mantener un crecimiento sostenido por encima del cuarenta por ciento, aumentar los recursos financieros, ampliar la cartera de clientes y comenzar la actividad en Portugal y Latinoamérica.

FINANCIERAMENTE HABLANDO: UN CRECIMIENTO RACIONAL Y SOSTENIDO

Salesland nació en el año 2.000 y, desde entonces, su crecimiento racional y sostenido ha construido su éxito.

*Como puede verse reflejado este ejercicio de 2020 ha estado marcado principalmente por la Crisis Sanitaria provocada por la COVID-19.



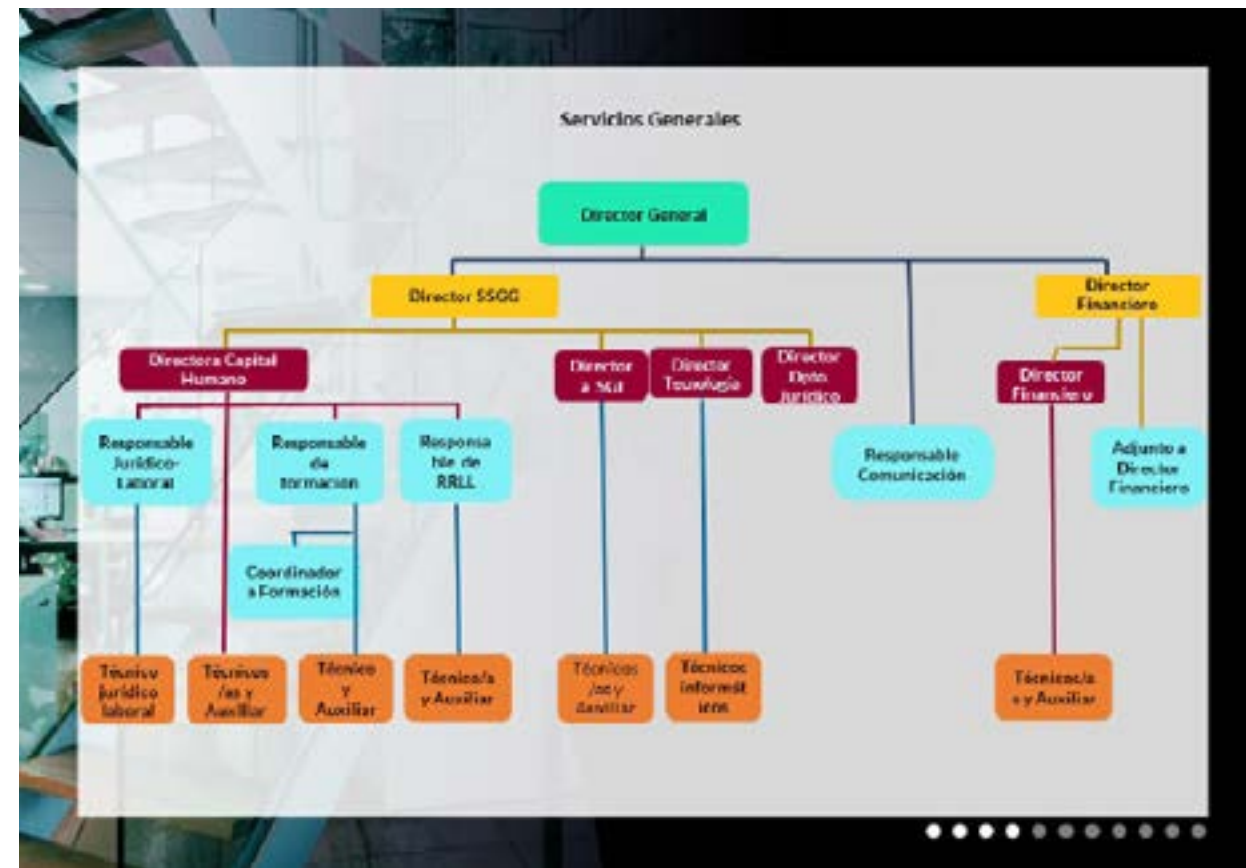
*Miles de euros

Cómo estamos organizados

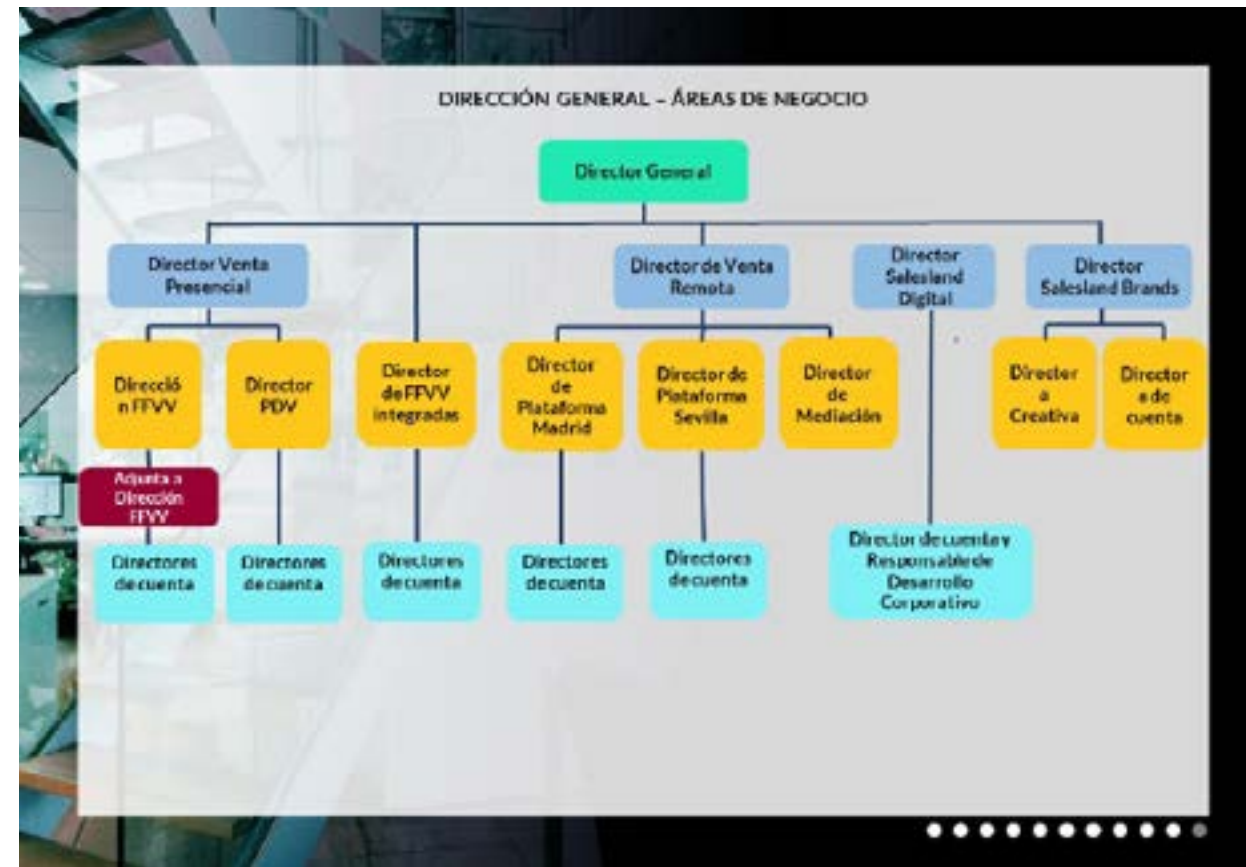
En SALESLAND, contamos con una estructura organizacional perfectamente definida, que dividimos en dos grandes áreas departamentales: Área Comercial, encargada del desarrollo y gestión

integral de todos los proyectos de ventas que desarrollamos; y Servicios Generales, formado por departamentos transversales que dan soporte a las necesidades del Área Comercial. Esta estructura es extrapolable a cada uno de nuestros países de actividad.

ORGANIGRAMA DE SERVICIOS GENERALES



ORGANIGRAMA DE ÁREA COMERCIAL



Para facilitar una visión global del estado actual del Grupo SALESLAND, exponemos el siguiente cuadro DAFO que fundamenta la estrategia global de compañía en la actualidad.

Fortalezas

Empresa sólida, con más de 20 años de trayectoria y un equipo directivo senior que lleva trabajando junto más de 15 años, con más de 25 de experiencia en el sector.

Presencia consolidada con cobertura total en toda la Península Ibérica (España y Portugal) y 11 países de Latinoamérica (Perú, Colombia, Chile, México, Guatemala, Ecuador, Costa Rica, Honduras y El Salvador)

Somos la única empresa del sector capaz de integrar todos los canales de venta existentes (Presencial, Remoto y Digital), que además cuenta con una agencia de marketing propia.

Capacidad para el desarrollo de proyectos de ventas para cualquier sector de negocio (financiero, seguros, automoción, farmacéutico, alimentación y bebidas, electrónica, telecomunicaciones, gran consumo, textil, ocio,...)

No externalizamos ningún servicio para el desarrollo y seguimiento de los proyectos comerciales.

Tenemos un equipo propio de selección y también de formación en todos los países en los que operamos, con una metodología y procedimientos compartidos.

Alta capacidad de adaptación y ampliación de nuestras redes comerciales.

Equipo de desarrollo digital propio que garantiza la digitalización de todos nuestros procesos operativos y comerciales.

Debilidades

En algunos países, excesiva dependencia de algunos clientes estratégicos.

Diversidad y disparidad de herramientas digitales de gestión entre los diferentes países, adaptada a las necesidades propias de los mismos, lo que dificulta la unificación de datos a nivel grupo.

El Grupo ha experimentado un crecimiento muy acelerado en muy poco tiempo, lo que ha generado algunas deficiencias operativas.

El crecimiento exponencial que hemos experimentado nos ha hecho perder rentabilidad.

Oportunidades

Nuestra trayectoria, trabajando para las principales marcas en cada país, nos avala para continuar siendo elegidos por las marcas líderes para desarrollar sus proyectos de ventas.

Nuestra marca es reconocida dentro del sector, tanto por el cliente marca como por los profesionales que quieren trabajar en el mundo de las ventas, en todos los países en los que operamos.

Los proyectos omnicanal son los más demandados en la actualidad por las marcas, y somos la única empresa del sector con capacidad real para implementarlos sin tener que subcontratar a otra compañía.

Con la entrada de Acon Investments en el accionariado de SALESLAND repercutirá en un impulso para la continuidad de la política de expansión de la compañía en Norteamérica, Centroamérica y Latinoamérica, a corto y medio plazo.

La presencia de Acon Investments en el accionariado de SALESLAND nos permite seguir creciendo activamente, pero también nos dará la oportunidad de adquirir alguna compañía del sector.

Amenazas

Rápida capacidad de expansión y adaptación de los principales competidores, especialmente en Latinoamérica.

Fenómenos climatológicos extremos y desastres naturales, así como afecciones de tipo sanitario (epidemias, pandemias) que pongan en riesgo la continuidad de los proyectos de ventas.

Somos el partner de nuestro cliente

En SALESLAND tenemos una máxima, y es que no entendemos el “NO es posible”. Bajo esta visión, afrontamos nuestro compromiso con el cliente con tesón, responsabilidad y un equipo altamente implicado.



A medida

Consideramos que cada proyecto es único, cada cliente es único y, por tanto, nos implicamos en que cada experiencia de venta también lo sea.



Integral

Nuestra metodología de trabajo omnicanal nos permite adaptarnos a las necesidades reales de cada proyecto, desarrollándolo en uno o varios canales de venta, creando estrategias comerciales únicas y a medida.



Cumplimos objetivos

Es nuestro compromiso con cada uno de nuestros clientes, por eso crecemos cada año.



Clientes grandes, líderes y fieles

Las marcas más importantes de cada país confían en nosotros, y las cifras nos avalan: el 85% de nuestros clientes llevan con nosotros más de 4 años.



Tecnología innovadora y única

Contamos con las soluciones digitales y tecnológicas más punteras del sector, que apoyan el plan comercial, y que son gestionadas íntegramente por nuestros equipos.



los equipos, en la casa

SALESLAND está formado por equipos multidisciplinares, seleccionados, formados y dirigidos en la casa, porque la cultura de empresa es nuestra piedra angular.

A través de estos principios, desarrollamos toda la operativa de trabajo en torno a nuestras 5 líneas de negocio: Fuerza de Ventas, Punto de Venta, Venta Remota, Desarrollo Digital y Brands Soluciones de Marketing, con la siguiente presencia en los diferentes países en los que operamos:

- **Fuerza de Ventas:** España, Portugal, Perú, Chile, Colombia, México, Guatemala, Ecuador, Costa Rica, Honduras y El Salvador
- **Punto de Venta:** España, Portugal, Perú, Chile, Colombia y México
- **Venta Remota:** España, Portugal, Perú y Colombia
- **Desarrollo Digital:** España, Portugal, Perú, Chile, Colombia, México y Guatemala
- **Brands Soluciones de Marketing:** España, Portugal, Perú, Chile, Colombia, México y Guatemala



Qué hacemos

SALESLAND® FUERZA DE VENTAS

En SALESLAND, somos capaces de vender un producto o servicio en cualquier escenario posible, y lo logramos gracias a nuestro equipo de Fuerza de Ventas, generando dinámicas comerciales hechas a medida para las marcas que nos eligen como su partner de ventas.

Acompañamos a los clientes de nuestros partners en todo el procedimiento, hasta el momento en que adquieren el producto o servicio, buscando la mejor experiencia de compra. Además, tenemos muy claro que nuestra relación con el comprador o compradora no termina en el momento en que adquiere el producto o servicio, sino que empieza ahí.

Garantizamos ventas de calidad gracias a nuestras auditorías durante todo el proceso de venta.

Contamos con los siguientes equipos:

Equipos stand: Que se ubican en expositores situados en los puntos calientes de tránsito como:

- Centros comerciales
- Retailers
- Zonas de afluencia de viajeros...

Equipos móviles: especializados en implementar estrategias de outsourcing comercial, realiza ventas tanto B2B (visitando a Pymes, compañías, comercios y HORECA) como B2C (en el trabajo o domicilio del particular), a través de visitas frías o concertadas.

Prescriptores/as: Personal especializado en formar, fijar objetivos y dinamizar los establecimientos para la comercialización de productos y servicios de un tercero.

SALESLAND® PUNTO DE VENTA

Nuestro Grupo es experto en la promoción de productos y servicios gracias al equipo de trade marketing que forma parte de SALESLAND, formado íntegramente en nuestra compañía. Nos centramos en destacar el producto o servicio escogiendo los emplazamientos clave, apostando por estrategias de visibilidad de alto impacto y acompañando al consumidor o consumidora en la decisión de compra.

Nuestros proyectos ofrecen calidad y todas las garantías, gracias a nuestras auditorías durante todo el proceso de venta.

Estos son nuestros equipos de Punto de Venta:

Delegados y delegadas Comerciales: Se encargan de toda negociación de los espacios y promociones en el Punto de Venta.

Equipos Gestores y Gestoras del Punto de Venta: Supervisan todo lo que tiene lugar dentro del establecimiento, tanto el personal de trabajo como los bienes materiales.

Merchandiser: Responsables de gestionar todos los espacios y mejorar la visibilidad de las marcas en el Punto de Venta.

Promotores y Promotoras: Expertos y expertas en el acompañamiento de la venta, con demostraciones o degustaciones de producto, así como en acciones de lanzamientos de producto y de campañas.

SALESLAND® VENTA REMOTA

Contamos con un gran equipo comercial de televenta que viene trabajando unido desde hace más de 20 años, y lo hace impulsando, con personas, proyectos comerciales por diferentes canales a distancia (telefónico, soporte venta web, transformación de leads, generación de visitas, videoventa,...).

Empleamos sistemas avanzados de cierre de venta y trabajamos sobre muy diversas bases de datos y contactos (desde generadas ad-hoc para el proyecto, hasta listas frías, captación y cross sell, on y offline, out e inbound,...). Nos apoyamos siempre en la tecnología, que ponemos al servicio de la venta, para mejorar las capacidades de nuestros vendedores y vendedoras.

Nuestros partner reciben de SALESLAND una respuesta con todas las garantías, permitiéndoles seguir el proyecto en tiempo real para tomar decisiones seguras de cada acción comercial. Para ello, tenemos sistemas específicos de medición: grabación IP, geo-optimización de rutas comerciales y agendas online, reproducción automática de disclaimers jurídicos,... para diseñar e implementar los CRMs a medida.

El uso útil de la información sobre los resultados y la calidad de las contrataciones es una prioridad para nosotros, y lo hacemos siendo muy exigentes con las Leyes de Protección de Datos y el cumplimiento normativo. Ofrecemos los siguientes servicios:

Venta telefónica y Multicanal: B2B Y B2C, es decir, la venta en el canal tradicional.

Emisión y Recepción Comercial: Captación, Cross Sell y Up Sell.

Campañas sobre landings: Click to Call, Call me later, Vídeoatención y Emisión durante cotización.

Campañas sobre acciones en la red: Emisión segmentada sobre emails y Gestión de Quioscos Digitales.

Fuerza de Ventas Integradas y Puntos de Venta: Concertamos y gestionamos visitas comerciales, generamos tráfico y administramos a distancia los canales de distribución.

SALESLAND® VENTA DIGITAL

En SALESLAND, dominamos la tecnología, el marketing y las ventas en el entorno online y offline. Destacamos por desarrollar la tecnología in-house, que nos asegura la trazabilidad de todo el proceso, y nos permite crear cualquier activo digital que requiera nuestro cliente, de forma rápida y segura. Además, trabajamos con modelos Test&Learn, que nos hacen ágiles en la obtención de resultados de venta.

Tras incorporar a nuestro Grupo a Biko2 2006 SL, empresa especializada en desarrollo de proyectos digitales, decidimos también crear un equipo interno de Desarrollo Digital surgiendo, de la suma de ambas fuerzas, nuestra completa propuesta comercial para el desarrollo y diseño de herramientas digitales:

Oportunidades comerciales: Desarrollamos estrategias de captación de leads a través de buscadores, redes sociales y email, para gestionar y segmentar bases de datos.

Optimización de los procesos de contratación y conversión: Con acciones integradas con TeleSales, como el click to call, online-chats, videoconferencias, call over the mail, call while quotation, remarketing, etc.

Soportes digitales para los canales tradicionales: Aportamos soluciones tecnológicas para nuestros equipos comerciales de los canales de Fuerza de Ventas y Venta Remota, y creamos quioscos digitales en los Puntos de Venta. Con la tecnología, generamos experiencias de usuario únicas y recogemos información fundamental para impulsar las ventas de nuestros partners.

Herramientas tecnológicas: Como landing pages, microsites, websites de captación y apps, y las integramos con el host del cliente para procesos clave.

SALESLAND® BRANDS

Somos un Grupo de empresas que conoce la importancia de lo que se percibe de la marca, así que nos centramos en aumentar su valor, creando relaciones de confianza con el consumidor, marcando la diferencia.

El Brand Experience y el Brand Content son nuestros pilares, y nuestro equipo senior con más de 20 años de experiencia sabe cómo crear experiencias tangibles con un contenido útil y creativo.

Desde SALESLAND Brands desarrollamos los siguientes proyectos de branding:

Estrategia y servicios de Marketing, Creatividad y Publicidad on y off line: Ponemos a disposición del cliente herramientas (Marketing promocional, Marketing Experiencial, Trade Marketing, Punto de Venta, Marketing Directo, Planes de incentivos...) en campañas ATL y BTL.

Campañas de Marketing en los canales de venta: Somos una agencia de marketing con la experiencia y los recursos para crear proyectos de outsourcing comercial a medida en todos los canales de venta (Remota, Fuerza de Ventas, Punto de Venta y Digital).

Branding: Diseñamos todo el material para la imagen de marca: Brand Books, packagings, vídeos corporativos, Sales Folders, material para el Punto de Venta, etc. y lo integramos en el proyecto de nuestro partner.

Diseño y producción para ferias, eventos, pop ups, shop in shops, patrocinios u otros: Creamos espacios singulares de marca, producto y servicio; y presencia en eventos o acciones puntuales.

Cómo lo hacemos

Nos gusta que el cliente nos considere su compañero de viaje, único y adaptado a sus necesidades, sin limitaciones ni complicaciones. Por ello, además de nuestras 5 líneas de negocio principales, ponemos a disposición de nuestros partners un conjunto de soluciones para la operativa y control de la evolución de su proyecto de ventas.



Aracne

Aracne es la herramienta propia de reporte online del Grupo SALESLAND. La definimos como un cuadro de mando en tiempo real del funcionamiento de los proyectos que implementamos para nuestros partners, con las siguientes prestaciones:

- **Objetivos y KPI's clave:** Antes de lanzar cualquier estrategia de venta, definimos con el cliente los objetivos y KPI's, así como el rendimiento y desempeño diario de cada plan comercial para asegurar el éxito del mismo.
- **Control y disponibilidad del producto en tiendas:** ARACNE ofrece reportes online, vía web o móvil, donde el cliente puede conocer la cobertura de cada acción, así como el control y disponibilidad del producto en las tiendas. También permite analizar el nivel de visibilidad en tienda y las incidencias propias de la campaña.
- **Mejora de la productividad:** Nuestra herramienta es clave para conseguir las mejores ratios de productividad y eficiencia de cada proyecto comercial, ya que nos permite reaccionar ante cualquier imprevisto de manera ágil y rápida.



Selección y Formación

Contamos con equipos especializados en selección y formación de personal en todos los países en los que operamos (con cobertura nacional), expertos en la detección y preparación de perfiles comerciales.

Desde nuestros inicios, tuvimos claro que la selección y la formación de nuestra plantilla eran claves para gestionar y homogeneizar los servicios de outsourcing comercial para garantizar una venta efectiva. Para nosotros, es tan importante contar con perfiles profesionales con alta formación en técnicas comerciales que nunca lo hemos externalizado: todo nuestro personal de venta forma parte de SALESLAND y ha sido seleccionado por nuestros equipos. Marcamos la diferencia con:

- **Metodología experiencial:** Nuestra metodología experiencial nos permite situar a nuestros candidatos y candidatas en un contexto muy similar al que se encontrarán en su primer día de trabajo. Utilizamos técnicas propias y herramientas informatizadas de GRI 404-1: Media de horas de formación al año por empleado, consiguiendo que nuestra plantilla comercial descubra sus puntos fuertes y áreas de mejora a través de distintas dinámicas basadas en el juego.
- **Laboratorio de Formación:** contamos con nuestro propio equipo especializado en investigar constantemente para crear, mejorar y aplicar las herramientas y metodologías pedagógicas más novedosas.



Análisis de materialidad

En el presente apartado se ha llevado a cabo un análisis de materialidad para identificar cuáles son los asuntos más relevantes para la organización y su sector y, de manera específica, cuales son aquellos prioritarios en materia ambiental, social y de gobernanza, así como las expectativas al respecto de sus grupos de interés.

A fin de contar con una información lo más precisa posible, SALESLAND se ha apoyado en los requerimientos de la Ley española 11/2018 sobre información no financiera, los requerimientos de los GRI Standards, los marcos legislativos nacionales de los países en los que opera, así como diversos estudios sectoriales para elaborar su informe Análisis de Materialidad.

Partiendo del mencionado documento de Análisis de Materialidad, se extraen los asuntos prioritarios por orden de relevancia:

| Asuntos por orden de relevancia |
|---|
| Seguridad de la información y protección de datos |
| Anticorrupción, cumplimientos legales y Código ético |
| Innovación, I+D+i y nueva oferta |
| Desarrollo profesional |
| Gestión de riesgos y sistema de control interno |
| Satisfacción del cliente |
| Transparencia informativa |
| Sostenibilidad económica |
| Creación de empleo |
| Cuidado de las personas, igualdad y no discriminación |

Para el cumplimiento de los indicadores clave no financieros se han tenido en cuenta las directrices de la Comisión Europea en esta materia y los estándares del Global Reporting Initiative (GRI) para cada una de las materias en él tratadas.

Buen Gobierno Corporativo



SALESLAND creó el área de Compliance en Marzo de 2018 en su voluntad de cumplir con la legislación vigente, las recomendaciones de los poderes públicos, la responsabilidad social y el buen hacer corporativo, suscribe un Código de Conducta y Buenas Prácticas.

El Código se aprueba con el fin de establecer las pautas generales, valores y principios éticos que deben regir las conductas del Órgano de Administración, Directivos y Empleados, con independencia de la relación contractual que les una con SALESLAND, sirviéndoles de guía y referente de la actuación debida.

SALESLAND tiene implantadas políticas en relación a la lucha contra la corrupción y el soborno (políticas de selección de proveedores -individualización de la competencia para la decisión de la compra-, cláusulas en los contratos de prohibición de entrega de regalos o comisiones a empleados o familiares de clientes, formación y concienciación en compliance a todos los empleados antes de su incorporación a la compañía, control financiero y presupuesto periódico, limitaciones a las cantidades económicas disponibles, protocolo de contratación).

De igual manera, SALESLAND se comprometerá a que los principios regulados, y principalmente la

justicia, la igualdad y el respeto por los derechos fundamentales, rijan todas sus relaciones comerciales o profesionales con otros agentes del mercado como pueden ser proveedores, colaboradores, contratistas u empresas participadas sobre las que no tenga el control.

SALESLAND pretende evitar cualquier tipo de conducta reprochable socialmente o contraria a la legalidad, con la aprobación de este texto. Para ello, el Grupo se compromete a llevar a cabo las siguientes acciones:



- Identificación de los riesgos susceptibles de ser contrarios a los principios y valores éticos aquí establecidos, para su posterior prevención y detección.

- Existe un canal de denuncias a disposición de todos los trabajadores del Grupo al que se accede a través de "La Ventana" (nuestro portal del empleado). El citado canal es supervisado por el Compliance Officer de la compañía matriz, que es quien tiene acceso en exclusiva. El

canal de denuncias es anónimo, siendo a elección del trabajador el identificarse para hacer la denuncia. La única persona que accede al contenido del canal de denuncias es el Compliance Officer. Durante el ejercicio 2020, no se han recibido por este canal y en ninguna empresa del Grupo, denuncias por casos de vulneración de derechos humanos.

- Definición exhaustiva de los comportamientos esperados de toda persona que se relacione con SALESLAND o que trabaje para las compañías del Grupo, así como el establecimiento de las medidas adecuadas destinadas a prevenir cualquier comportamiento o conducta inapropiada, principalmente delictiva (Modelos de Prevención de Delitos).
- Supervisión y control del cumplimiento del Código, así como la asignación de responsabilidades en caso de que existiera vulneración de los principios aquí regulados.
- Establecimiento de un régimen sancionador.
- SALESLAND, se compromete a la adaptación del mismo al entorno social y a las modificaciones legislativas que se vayan produciendo.

En línea con nuestros principios, se incluye en la formación inicial en los puestos de trabajo que aplique, formación en lucha contra el blanqueo de capitales.

Desde el Área Jurídica, desde 2018 hasta la fecha, se procedió a formar a todo el personal activo en Formación Compliance y Buenas Prácticas.

Compromiso con la plantilla

Políticas y retos de Capital Humano



2020 el año marcado por la Crisis de la Pandemia Sanitaria, provocado por la COVID-19, ha sido, sin lugar a dudas, el reto más complicado desde la Organización, principalmente para proteger la Seguridad y Salud de nuestros empleados, y salvaguardar la Continuidad del Negocio.

Nuestra organización, contaba con Planes de Contingencias bien preparados y definidos y nos adelantamos a la puesta en marcha de dichos planes en todos los países que conforman nuestro Grupo SALESLAND.

Las distintas restricciones, el confinamiento, la afección a la movilidad, etc. han afectado al consumo que, en parte de nuestro sector, se vio severamente afectado durante los duros meses del presente ejercicio.

Igualmente, cabe destacar el enorme esfuerzo, en materia digital que la compañía ha realizado para, la implantación y mantenimiento, del Teletrabajo, en todos aquellos puestos de trabajo que fuera posible, y en unidades de negocio concretas.

Y así, en la medida de nuestras posibilidades, adaptándonos y ajustándonos a esta nueva situación, para seguir prestando nuestro servicio con las mismas garantías.

Tras el impacto de la pandemia, nos surgen nuevos retos, como afianzar entornos de trabajo híbridos que combinan el trabajo a distancia con el presencial, apostar por el nuevo talento y seguir adaptando las plantillas a la nueva realidad.

Para SALESLAND, nuestro mayor valor son las personas y por tanto, nuestro mayor logro es estar en el Ranking de las 50 empresas mejor valoradas por nuestros empleados y empleadas para trabajar en España por segundo año consecutivo (Forbes y Sigma Dos).

Desde Capital Humano trabajamos día a día para hacer de SALESLAND un lugar mejor para trabajar, apostando por políticas que nos ayuden a garantizar un bienestar laboral

íntegro fomentando nuestros valores como compañía: TALENTO, COMPROMISO Y PASIÓN. Somos VALIENTES. Somos DIFERENTES.



Son muchos los retos a los que nos enfrentamos día a día en una sociedad cada vez más exigente, pero, a la vez, más consciente de que la productividad debe de estar garantizada a través de procedimientos de calidad y buenas prácticas.

En SALESLAND somos conscientes de la necesidad de conciliar la vida personal con la vida laboral, ya que nos encontramos en una sociedad que requiere de estructuras organizativas cada vez más flexibles. Nuestra aportación para acercarnos a esta realidad es ofrecer una gran variedad de horarios y jornadas, con turnos de mañana o tarde, contratos de fin de semana, de 4 días a la semana, de 5...

Siguiendo con la conciliación, ayudamos a nuestro personal con certificado de discapacidad a acudir a sus citas médicas, ofreciéndoles 35 horas anuales para acudir al médico o especialista.

En SALESLAND apostamos por la integración y la diversidad, con políticas de no discriminación desde el reclutamiento y la selección. No podemos permitirnos perder oportunidades de integrar talento en el Grupo, por ello todos nuestros procesos de selección se basan en selección por competencias, intentando objetivar al máximo la incorporación de talento, independientemente de la raza, la religión, la ideología o el sexo.

Nuestro mayor valor son las personas.

Buscamos talentos diferentes, personas mayores de 50 años que quieran jubilarse con nosotros, personas sin experiencia previa que tengan la edad que tengan quieran incorporarse al mundo laboral... Somos expertos en formar y por ello brindamos la oportunidad de aprender un nuevo (pero viejo) oficio, como es el de las ventas.

Creemos en la integración de personas con capacidades diferentes, y por ello apostamos por la integración de personas con certificado de discapacidad.

En nuestra apuesta por la integración, intentamos acoger de la mejor manera posible a las nuevas incorporaciones,

para que desde el primer día se sientan cómodos en nuestra compañía. Para ello, hemos trabajado en diferentes planes de ONBOARDING según el colectivo al que nos dirigimos.

Desde el año 2019, llevamos a cabo un ambicioso Plan de Bienvenida dirigido principalmente a los Mandos Intermedios de venta presencial, con la intención de conseguir fidelizar y generar compromiso con nuestra organización. Queremos contar con los mejores profesionales, por eso cuidamos el talento con planes y proyectos orientados al empleado/a.

Nuestro principal objetivo sigue siendo el de retener talento y reducir la rotación. En un mercado cada vez más cambiante y exigente, luchamos por hacer de SALESLAND un lugar más competitivo y mejor para trabajar y por ello hemos puesto el foco en las siguientes políticas de RRHH:

Uno de los aspectos más importantes es la promoción interna, incentivamos la promoción interna de todos nuestros procesos de selección de mandos intermedios para arriba. Publicamos nuestras vacantes en nuestra Intranet Corporativa. Podemos enorgullecernos de los siguientes datos:

- Casi el 100% de nuestros coordinadores/as de venta remota han promocionado.
- Alrededor del 90% de nuestros Directores/as de cuenta han crecido dentro de la casa.
- Y entre el 70% y el 75% de los/as Responsables de Departamento empezaron como becarios/as o técnicos...

Otras políticas de RRHH, enfocadas a la retención del talento, pueden resumirse en los siguientes puntos:

- Buzones de sugerencias en todos nuestros centros de trabajo y en nuestra intranet corporativa.
- Encuestas de clima y ambiente de trabajo.
- Encuestas para la valoración de la supervisión.

Hablando en cifras

En el presente apartado, se analizan los indicadores relacionados con el empleo y las características de la plantilla más importantes para SALESLAND. Dada la elevada rotación de la organización, característica del sector, se han considerado para el cálculo los días de permanencia en la organización en el año 2020. Estos son los datos de las principales Compañías del Grupo:

España

| EMPLEADOS/AS POR SEXO Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | | |
|---|-----------------|----------------|
| Clasificación Profesional | Hombres | Mujeres |
| ADMINISTRATIVOS/AS | 15,50 | 52,90 |
| AUXILIARES DE SERVICIOS | 2,09 | 2,01 |
| BECARIO/A | 0,79 | 1,16 |
| DIRECTORES/AS | 30,34 | 12,85 |
| MANDOS INTERMEDIOS | 64,40 | 81,53 |
| OPERACIONES | 510,74 | 1.035,70 |
| RESPONSABLES | 24,97 | 20,60 |
| TÉCNICOS/AS | 16,06 | 26,02 |
| EMPLEADOS/AS POR EDAD | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | 30 A 50 AÑOS | MÁS DE 50 AÑOS |
| 333,17 | 1.224,35 | 339,13 |
| TOTAL | 1.896,65 | |

Portugal

| EMPLEADOS/AS POR SEXO Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | | |
|---|--------------|----------------|
| Clasificación Profesional | Hombres | Mujeres |
| ADMINISTRATIVOS/AS | 1,00 | 4,41 |
| AUXILIARES DE SERVICIOS | - | - |
| BECARIO/A | - | - |
| DIRECTORES/AS | 0,08 | 2,01 |
| MANDOS INTERMEDIOS | 1,67 | 5,01 |
| OPERACIONES | 22,18 | 40,50 |
| RESPONSABLES | 1,12 | 3,01 |
| TÉCNICOS/AS | - | 1,25 |
| EMPLEADOS/AS POR EDAD | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | 30 A 50 AÑOS | MÁS DE 50 AÑOS |
| 30,84 | 42,73 | 8,68 |
| TOTAL | 82,25 | |

Perú

| EMPLEADOS/AS POR SEXO Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | | |
|---|-----------------|----------------|
| Clasificación Profesional | Hombres | Mujeres |
| ADMINISTRATIVOS/AS | 14,50 | 52,90 |
| AUXILIARES DE SERVICIOS | 2,09 | 2,01 |
| BECARIO/A | 0,79 | 1,16 |
| DIRECTORES/AS | 22,32 | 12,85 |
| MANDOS INTERMEDIOS | 64,40 | 81,53 |
| OPERACIONES | 510,74 | 1.035,70 |
| RESPONSABLES | 24,97 | 20,60 |
| TÉCNICOS/AS | 16,06 | 26,02 |
| EMPLEADOS/AS POR EDAD | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | 30 A 50 AÑOS | MÁS DE 50 AÑOS |
| 333,17 | 1.217,33 | 338,13 |
| TOTAL | 1.888,63 | |

Colombia

| EMPLEADOS/AS POR SEXO Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | | |
|---|-----------------|----------------|
| Clasificación Profesional | Hombres | Mujeres |
| ADMINISTRATIVOS/AS | 57,87 | 61,12 |
| AUXILIARES DE SERVICIOS | 1,88 | 2,75 |
| BECARIO/A | 14,78 | 22,67 |
| DIRECTORES/AS | 6,30 | 3,01 |
| MANDOS INTERMEDIOS | 17,70 | 19,39 |
| OPERACIONES | 1.077,65 | 1.053,04 |
| RESPONSABLES | 68,52 | 45,31 |
| EMPLEADOS/AS POR EDAD | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | 30 A 50 AÑOS | MÁS DE 50 AÑOS |
| 1.146,39 | 1.258,92 | 46,66 |
| TOTAL | 2.451,98 | |

Chile

| EMPLEADOS/AS POR SEXO Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | | |
|---|-----------------|----------------|
| Clasificación Profesional | Hombres | Mujeres |
| ADMINISTRATIVOS/AS | 7,09 | 12,02 |
| AUXILIARES DE SERVICIOS | 3,01 | 5,85 |
| BECARIO/A | - | - |
| DIRECTORES/AS | 2,01 | 1,00 |
| MANDOS INTERMEDIOS | 55,02 | 40,89 |
| OPERACIONES | 393,65 | 587,66 |
| RESPONSABLES | - | - |
| TÉCNICOS/AS | 23,30 | 21,99 |
| EMPLEADOS/AS POR EDAD | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | 30 A 50 AÑOS | MÁS DE 50 AÑOS |
| 364,32 | 655,87 | 133,29 |
| TOTAL | 1.153,48 | |

México

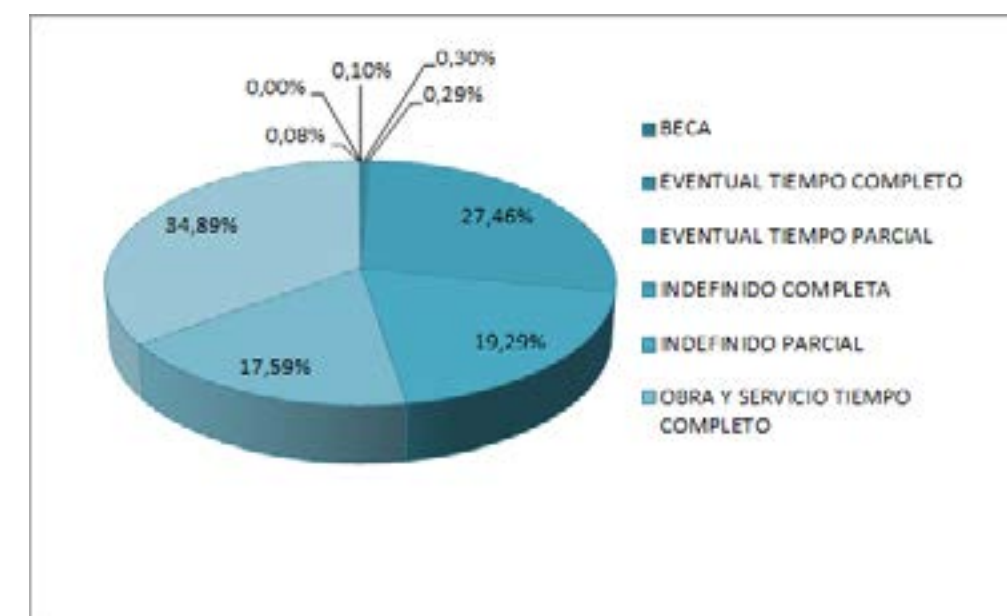
| EMPLEADOS/AS POR SEXO Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | | |
|---|---------------|----------------|
| Clasificación Profesional | Hombres | Mujeres |
| ADMINISTRATIVOS/AS | 3,01 | 6,21 |
| AUXILIARES DE SERVICIOS | - | - |
| BECARIO/A | - | - |
| DIRECTORES/AS | 1,41 | 1,00 |
| MANDOS INTERMEDIOS | 13,27 | 1,59 |
| OPERACIONES | 44,38 | 32,65 |
| RESPONSABLES | - | - |
| TÉCNICOS/AS | - | - |
| EMPLEADOS/AS POR EDAD | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | 30 A 50 AÑOS | MÁS DE 50 AÑOS |
| 62,82 | 35,28 | 5,44 |
| TOTAL | 103,53 | |

Guatemala

| EMPLEADOS/AS POR SEXO Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | | |
|---|--------------|----------------|
| Clasificación Profesional | Hombres | Mujeres |
| ADMINISTRATIVOS/AS | - | - |
| AUXILIARES DE SERVICIOS | - | - |
| BECARIO/A | - | - |
| DIRECTORES/AS | - | - |
| MANDOS INTERMEDIOS | - | - |
| OPERACIONES | 4,78 | 16,73 |
| RESPONSABLES | - | - |
| TÉCNICOS/AS | 1,35 | 1,33 |
| EMPLEADOS/AS POR EDAD | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | 30 A 50 AÑOS | MÁS DE 50 AÑOS |
| 14,79 | 9,40 | - |
| TOTAL | 24,19 | |

A continuación, se presenta la distribución de las diferentes tipologías de contratos de trabajo, así como las parcialidades de los mismos, considerando las variables sexo, edad y clasificación profesional:

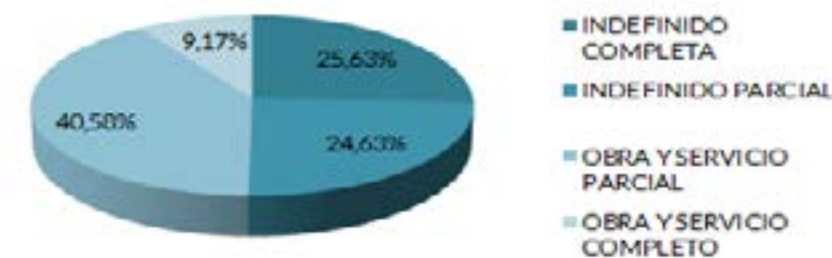
España



| CONTRATOS POR SEXO, EDAD Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | | | | | | | | |
|--|-------------|-------------|---------------|---------------|----------------|---------------|-------------|-------------|
| SEXO | EVENTUAL | | INDEFINIDO | | OBRA Y SERVIC. | | SUSTITUCIÓN | BECA |
| | Completo | Parcial | Completo | Parcial | Completo | Parcial | | |
| HOMBRES | 0,83 | 2,63 | 222,09 | 62,34 | 184,26 | 190,16 | 0,81 | 0,79 |
| MUJERES | 4,78 | 2,96 | 298,74 | 303,48 | 149,27 | 471,6 | 0,72 | 1,16 |
| EDAD | EVENTUAL | | INDEFINIDO | | OBRA Y SERVIC. | | SUSTITUCIÓN | BECA |
| | Completo | Parcial | Completo | Parcial | Completo | Parcial | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | 1,87 | 0,74 | 34,32 | 36,84 | 76,82 | 180,31 | 0,32 | 1,96 |
| 30 - 50 AÑOS | 2,68 | 3,47 | 383,76 | 255,66 | 190,93 | 386,80 | 1,05 | - |
| MÁS DE 50 AÑOS | 1,07 | 1,38 | 102,75 | 73,31 | 65,78 | 94,69 | 0,16 | - |
| CLAS. PROFESIONAL | EVENTUAL | | INDEFINIDO | | OBRA Y SERVIC. | | SUSTITUCIÓN | BECA |
| | Completo | Parcial | Completo | Parcial | Completo | Parcial | | |
| ADMINISTRATIVOS/AS | 5,21 | 1,00 | 53,69 | 3,79 | 3,39 | - | 0,31 | - |
| AUX. DE SERVICIOS | - | - | 3,01 | - | - | 1,09 | - | - |
| BECARIO/A | - | - | - | - | - | - | - | 1,96 |
| DIRECTORES/AS | - | - | 41,11 | - | 2,08 | - | - | - |
| MANDOS INTERMEDIOS | - | 0,08 | 106,33 | 4,59 | 31,64 | 3,28 | - | - |
| OPERACIONES | 0,40 | 4,51 | 231,34 | 357,43 | 294,12 | 657,43 | 1,21 | - |
| RESPONSABLES | - | - | 44,41 | - | 1,16 | - | - | - |
| TÉCNICOS/AS | - | - | 40,93 | - | 1,14 | - | - | - |
| TOTAL | 5,61 | 5,59 | 520,83 | 365,81 | 333,53 | 661,80 | 1,52 | 1,96 |

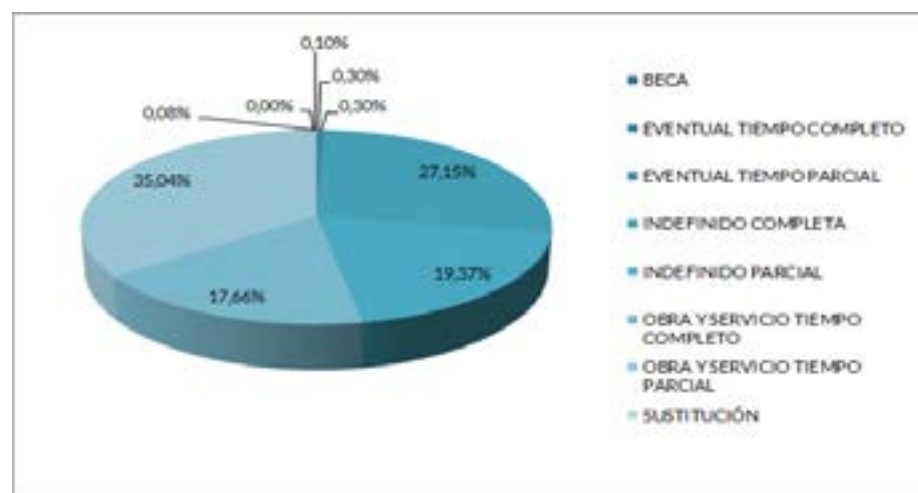


Portugal



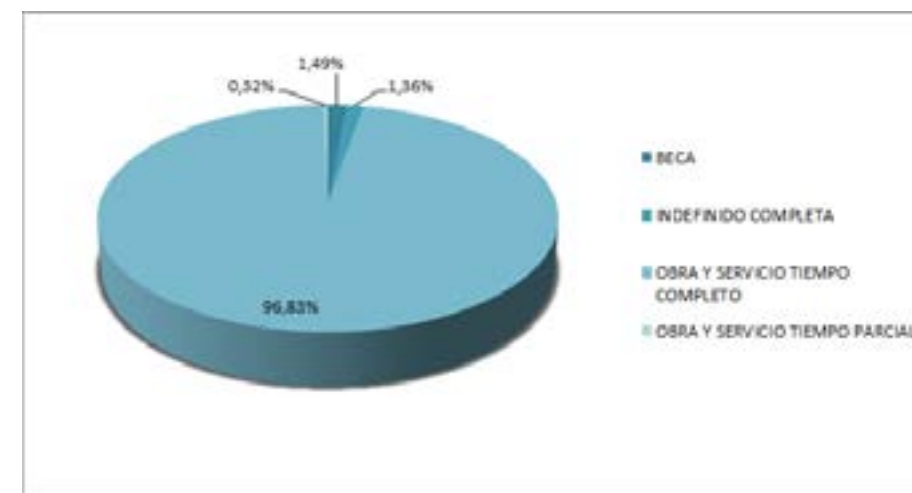
| CONTRATOS POR SEXO, EDAD Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | | | | | | | | |
|--|----------|----------|--------------|--------------|----------------|--------------|-------------|----------|
| SEXO | EVENTUAL | | INDEFINIDO | | OBRA Y SERVIC. | | SUSTITUCIÓN | BECA |
| | Completo | Parcial | Completo | Parcial | Completo | Parcial | | |
| HOMBRES | - | - | 6,58 | 4,30 | 3,13 | 12,04 | - | - |
| MUJERES | - | - | 14,10 | 15,95 | 4,40 | 21,34 | - | - |
| EDAD | EVENTUAL | | INDEFINIDO | | OBRA Y SERVIC. | | SUSTITUCIÓN | BECA |
| | Completo | Parcial | Completo | Parcial | Completo | Parcial | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | - | - | 3,26 | 2,22 | 3,06 | 22,30 | - | - |
| 30 - 50 AÑOS | - | - | 16,66 | 11,01 | 4,48 | 10,57 | - | - |
| MÁS DE 50 AÑOS | - | - | 1,16 | 7,02 | - | 0,51 | - | - |
| CLAS. PROFESIONAL | EVENTUAL | | INDEFINIDO | | OBRA Y SERVIC. | | SUSTITUCIÓN | BECA |
| | Completo | Parcial | Completo | Parcial | Completo | Parcial | | |
| ADMINISTRATIVOS/AS | - | - | 3,59 | - | 1,69 | 0,14 | - | - |
| AUX. DE SERVICIOS | - | - | - | - | - | - | - | - |
| BECARIO/A | - | - | - | - | - | - | - | - |
| DIRECTORES/AS | - | - | 2,09 | - | - | - | - | - |
| MANDOS INTERMEDIOS | - | - | 6,68 | - | - | - | - | - |
| OPERACIONES | - | - | 3,46 | 20,26 | 5,73 | 33,24 | - | - |
| RESPONSABLES | - | - | 4,01 | - | 0,12 | - | - | - |
| TÉCNICOS/AS | - | - | 1,25 | - | - | - | - | - |
| TOTAL | - | - | 21,08 | 20,26 | 7,54 | 33,38 | - | - |

Perú



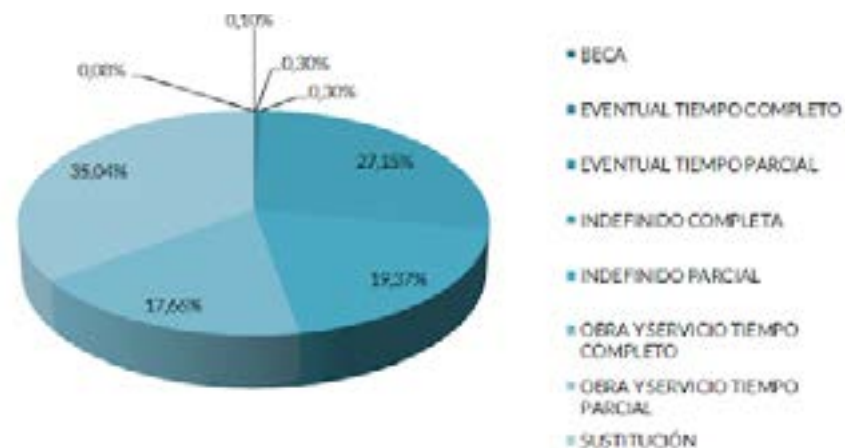
| CONTRATOS POR SEXO, EDAD Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | | | | | | | | |
|--|-------------|-------------|---------------|---------------|----------------|---------------|-------------|-------------|
| SEXO | EVENTUAL | | INDEFINIDO | | OBRA Y SERVIC. | | SUSTITUCIÓN | BECA |
| | Completo | Parcial | Completo | Parcial | Completo | Parcial | | |
| HOMBRES | 0,83 | 2,63 | 214,06 | 62,34 | 184,26 | 190,16 | 0,81 | 0,79 |
| MUJERES | 4,78 | 2,96 | 298,74 | 303,48 | 149,27 | 471,64 | 0,72 | 1,16 |
| EDAD | EVENTUAL | | INDEFINIDO | | OBRA Y SERVIC. | | SUSTITUCIÓN | BECA |
| | Completo | Parcial | Completo | Parcial | Completo | Parcial | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | 1,87 | 0,74 | 34,32 | 36,84 | 76,82 | 180,31 | 0,32 | 1,96 |
| 30 - 50 AÑOS | 2,68 | 3,47 | 376,74 | 255,66 | 190,93 | 386,80 | 1,05 | - |
| MÁS DE 50 AÑOS | 1,07 | 1,38 | 101,74 | 73,31 | 65,78 | 94,69 | 0,16 | - |
| CLAS. PROFESIONAL | EVENTUAL | | INDEFINIDO | | OBRA Y SERVIC. | | SUSTITUCIÓN | BECA |
| | Completo | Parcial | Completo | Parcial | Completo | Parcial | | |
| ADMINISTRATIVOS/AS | 5,21 | 1,00 | 53,69 | 3,79 | 3,39 | - | 0,31 | - |
| AUX. DE SERVICIOS | - | - | 3,01 | - | - | 1,09 | - | - |
| BECARIO/A | - | - | - | - | - | - | - | 1,96 |
| DIRECTORES/AS | - | - | 33,09 | - | 2,08 | - | - | - |
| MANDOS INTERMEDIOS | - | 0,08 | 106,33 | 4,59 | 31,64 | 3,28 | - | - |
| OPERACIONES | 0,40 | 4,51 | 231,34 | 357,43 | 294,12 | 657,43 | 1,21 | - |
| RESPONSABLES | - | - | 44,41 | - | 1,16 | - | - | - |
| TÉCNICOS/AS | - | - | 40,93 | - | 1,14 | - | - | - |
| TOTAL | 5,61 | 3,59 | 512,80 | 365,81 | 333,53 | 661,80 | 1,52 | 1,96 |

Colombia



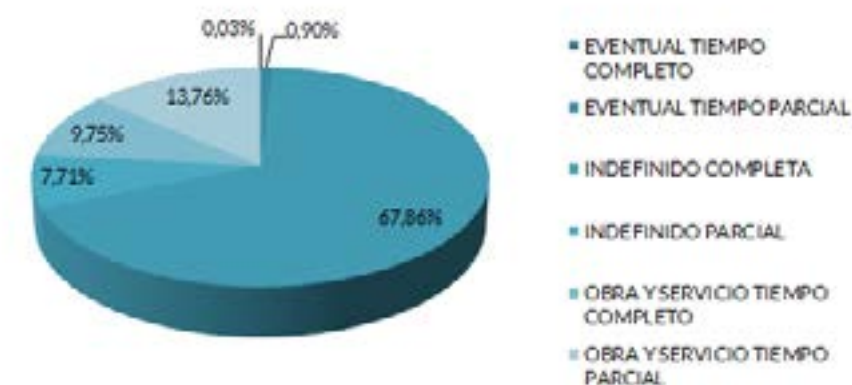
| CONTRATOS POR SEXO, EDAD Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | | | | | | | | |
|--|----------|----------|--------------|----------|-----------------|-------------|-------------|--------------|
| SEXO | EVENTUAL | | INDEFINIDO | | OBRA Y SERVIC. | | SUSTITUCIÓN | BECA |
| | Completo | Parcial | Completo | Parcial | Completo | Parcial | | |
| HOMBRES | - | - | 14,37 | - | 1.212,77 | 2,77 | - | 14,78 |
| MUJERES | - | - | 19,04 | - | 1.161,43 | 5,03 | - | 21,79 |
| EDAD | EVENTUAL | | INDEFINIDO | | OBRA Y SERVIC. | | SUSTITUCIÓN | BECA |
| | Completo | Parcial | Completo | Parcial | Completo | Parcial | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | - | - | 2,29 | - | 1.103,63 | 5,20 | - | 35,28 |
| 30 - 50 AÑOS | - | - | 27,40 | - | 1.227,62 | 2,61 | - | 1,29 |
| MÁS DE 50 AÑOS | - | - | 3,72 | - | 42,95 | - | - | - |
| CLAS. PROFESIONAL | EVENTUAL | | INDEFINIDO | | OBRA Y SERVIC. | | SUSTITUCIÓN | BECA |
| | Completo | Parcial | Completo | Parcial | Completo | Parcial | | |
| ADMINISTRATIVOS/AS | - | - | 7,89 | - | 111,09 | - | - | - |
| AUX. DE SERVICIOS | - | - | - | - | 4,63 | - | - | - |
| BECARIO/A | - | - | - | - | 0,87 | - | - | 36,57 |
| DIRECTORES/AS | - | - | 6,18 | - | 3,13 | - | - | - |
| MANDOS INTERMEDIOS | - | - | 11,03 | - | 26,06 | - | - | - |
| OPERACIONES | - | - | 0,28 | - | 2.122,61 | 7,80 | - | - |
| RESPONSABLES | - | - | 8,02 | - | 105,81 | - | - | - |
| TOTAL | - | - | 33,41 | - | 2.374,20 | 7,80 | - | 36,57 |

Chile



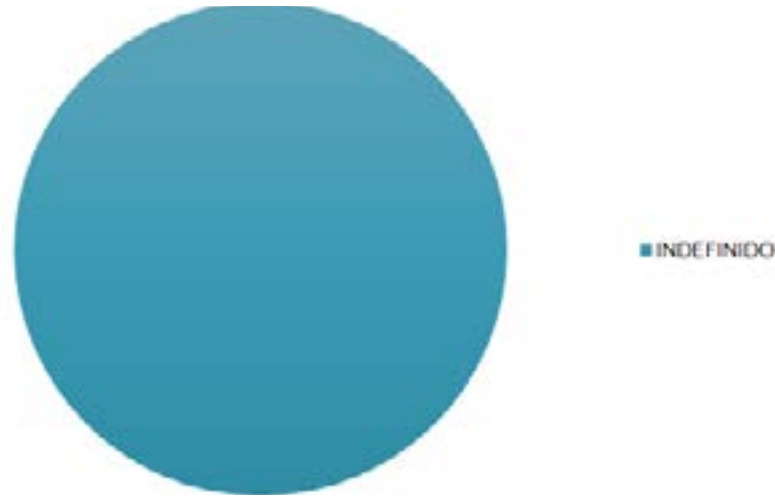
| CONTRATOS POR SEXO, EDAD Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | | | | | | | | |
|--|-------------|-------------|---------------|---------------|----------------|---------------|-------------|-------------|
| SEXO | EVENTUAL | | INDEFINIDO | | OBRA Y SERVIC. | | SUSTITUCIÓN | BECA |
| | Completo | Parcial | Completo | Parcial | Completo | Parcial | | |
| HOMBRES | 0,83 | 2,63 | 214,06 | 62,34 | 184,26 | 190,16 | 0,81 | 0,79 |
| MUJERES | 4,78 | 2,96 | 298,74 | 303,48 | 149,27 | 471,64 | 0,72 | 1,16 |
| EDAD | EVENTUAL | | INDEFINIDO | | OBRA Y SERVIC. | | SUSTITUCIÓN | BECA |
| | Completo | Parcial | Completo | Parcial | Completo | Parcial | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | 1,87 | 0,74 | 34,32 | 36,84 | 76,82 | 180,31 | 0,32 | 1,96 |
| 30 - 50 AÑOS | 2,68 | 3,47 | 376,74 | 255,66 | 190,93 | 386,80 | 1,05 | - |
| MÁS DE 50 AÑOS | 1,07 | 1,38 | 101,74 | 73,31 | 65,78 | 94,69 | 0,16 | - |
| CLAS. PROFESIONAL | EVENTUAL | | INDEFINIDO | | OBRA Y SERVIC. | | SUSTITUCIÓN | BECA |
| | Completo | Parcial | Completo | Parcial | Completo | Parcial | | |
| ADMINISTRATIVOS/AS | 5,21 | 1,00 | 53,69 | 3,79 | 3,39 | - | 0,31 | - |
| AUX. DE SERVICIOS | - | - | 3,01 | - | - | 1,09 | - | - |
| BECARIO/A | - | - | - | - | - | - | - | 1,96 |
| DIRECTORES/AS | - | - | 33,09 | - | 2,08 | - | - | - |
| MANDOS INTERMEDIOS | - | 0,08 | 106,33 | 4,59 | 31,64 | 3,28 | - | - |
| OPERACIONES | 0,40 | 4,51 | 231,34 | 357,43 | 294,12 | 657,43 | 1,21 | - |
| RESPONSABLES | - | - | 44,41 | - | 1,16 | - | - | - |
| TÉCNICOS/AS | - | - | 40,93 | - | 1,14 | - | - | - |
| TOTAL | 5,61 | 5,59 | 512,80 | 365,81 | 333,53 | 661,80 | 1,52 | 1,96 |

México



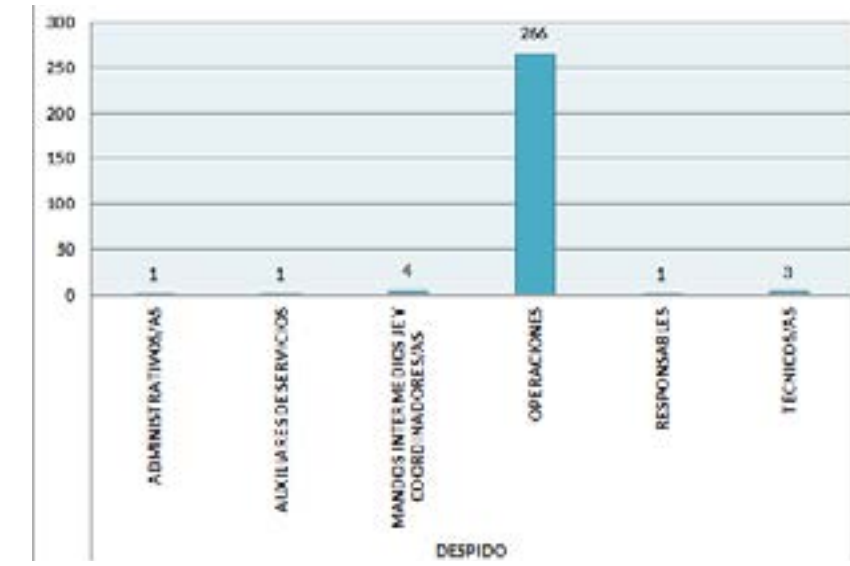
| CONTRATOS POR SEXO, EDAD Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | | | | | | | | |
|--|-------------|-------------|--------------|-------------|----------------|--------------|-------------|----------|
| SEXO | EVENTUAL | | INDEFINIDO | | OBRA Y SERVIC. | | SUSTITUCIÓN | BECA |
| | Completo | Parcial | Completo | Parcial | Completo | Parcial | | |
| HOMBRES | - | 0,79 | 43,47 | 4,66 | 5,51 | 7,64 | - | - |
| MUJERES | 0,03 | 0,14 | 26,78 | 3,31 | 4,59 | 6,61 | - | - |
| EDAD | EVENTUAL | | INDEFINIDO | | OBRA Y SERVIC. | | SUSTITUCIÓN | BECA |
| | Completo | Parcial | Completo | Parcial | Completo | Parcial | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | 0,03 | 0,85 | 39,51 | 6,29 | 7,55 | 8,58 | - | - |
| 30 - 50 AÑOS | - | 0,08 | 26,40 | 1,06 | 2,11 | 5,63 | - | - |
| MÁS DE 50 AÑOS | - | - | 4,34 | 0,63 | 0,42 | 0,04 | - | - |
| CLAS. PROFESIONAL | EVENTUAL | | INDEFINIDO | | OBRA Y SERVIC. | | SUSTITUCIÓN | BECA |
| | Completo | Parcial | Completo | Parcial | Completo | Parcial | | |
| ADMINISTRATIVOS/AS | - | - | 7,02 | - | 2,09 | 0,12 | - | - |
| AUX. DE SERVICIOS | - | - | - | - | - | - | - | - |
| BECARIO/A | - | - | - | - | - | - | - | - |
| DIRECTORES/AS | - | - | 2,01 | - | - | 0,41 | - | - |
| MANDOS INTERMEDIOS | - | 0,08 | 12,03 | - | 1,44 | 1,31 | - | - |
| OPERACIONES | 0,03 | 0,85 | 49,20 | 7,98 | 6,56 | 12,41 | - | - |
| RESPONSABLES | - | - | - | - | - | - | - | - |
| TÉCNICOS/AS | - | - | - | - | - | - | - | - |
| TOTAL | 0,03 | 0,93 | 70,25 | 7,98 | 10,09 | 14,25 | - | - |

Guatemala

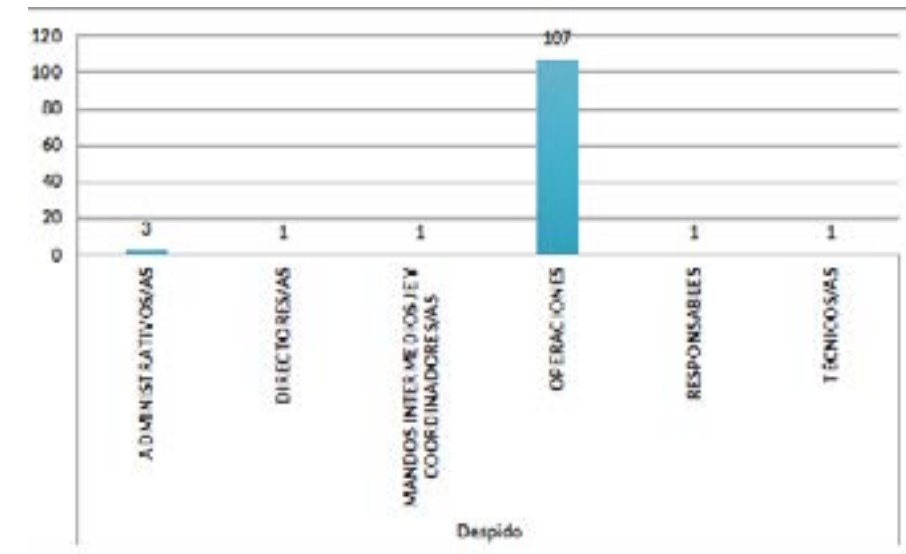


| CONTRATOS POR SEXO, EDAD Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | | | | | | | | |
|--|----------|---------|--------------|---------|----------------|---------|-------------|------|
| SEXO | EVENTUAL | | INDEFINIDO | | OBRA Y SERVIC. | | SUSTITUCIÓN | BECA |
| | Completo | Parcial | Completo | Parcial | Completo | Parcial | | |
| HOMBRES | - | - | 6,13 | - | - | - | - | - |
| MUJERES | - | - | 18,06 | - | - | - | - | - |
| EDAD | EVENTUAL | | INDEFINIDO | | OBRA Y SERVIC. | | SUSTITUCIÓN | BECA |
| | Completo | Parcial | Completo | Parcial | Completo | Parcial | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | - | - | 14,79 | - | - | - | - | - |
| 30 - 50 AÑOS | - | - | 9,40 | - | - | - | - | - |
| MÁS DE 50 AÑOS | - | - | - | - | - | - | - | - |
| CLAS. PROFESIONAL | EVENTUAL | | INDEFINIDO | | OBRA Y SERVIC. | | SUSTITUCIÓN | BECA |
| | Completo | Parcial | Completo | Parcial | Completo | Parcial | | |
| ADMINISTRATIVOS/AS | - | - | - | - | - | - | - | - |
| AUX. DE SERVICIOS | - | - | - | - | - | - | - | - |
| -BECARIO/A | - | - | - | - | - | - | - | - |
| DIRECTORES/AS | - | - | - | - | - | - | - | - |
| MANDOS INTERMEDIOS | - | - | - | - | - | - | - | - |
| OPERACIONES | - | - | 21,51 | - | - | - | - | - |
| RESPONSABLES | - | - | - | - | - | - | - | - |
| TÉCNICOS/AS | - | - | 2,68 | - | - | - | - | - |
| TOTAL | - | - | 24,19 | - | - | - | - | - |

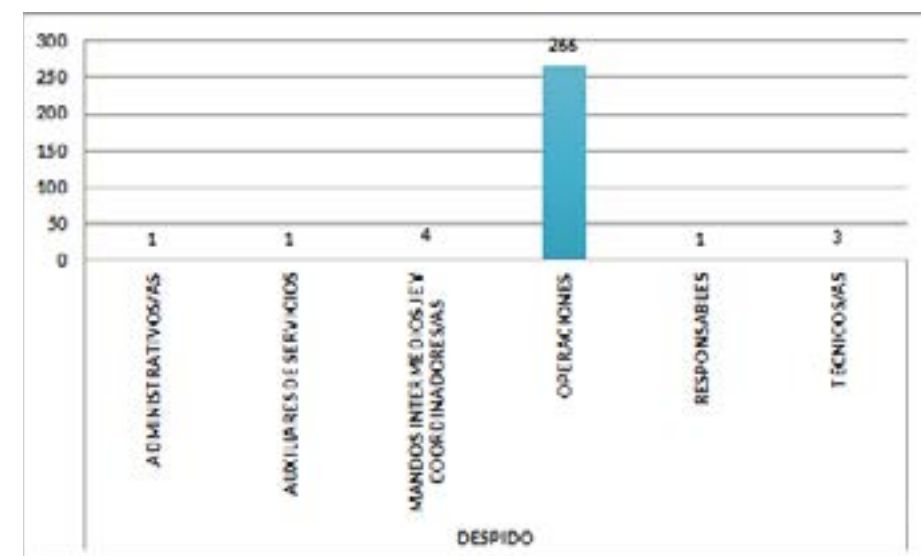
En el año 2020, en **España** se han producido 276 desvinculaciones en la organización, distribuidos como sigue:



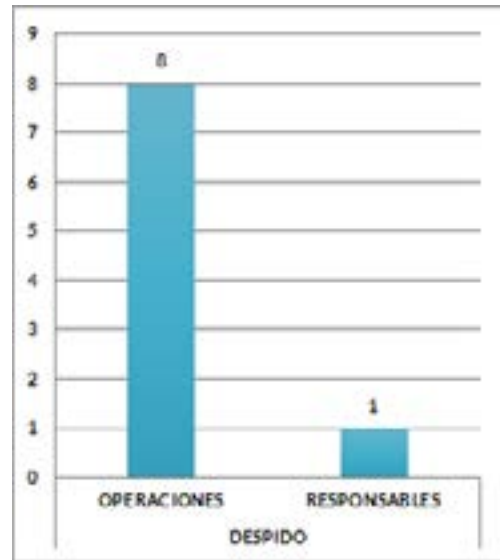
En **Portugal** se han producido 114 desvinculaciones distribuidos de la siguiente manera:



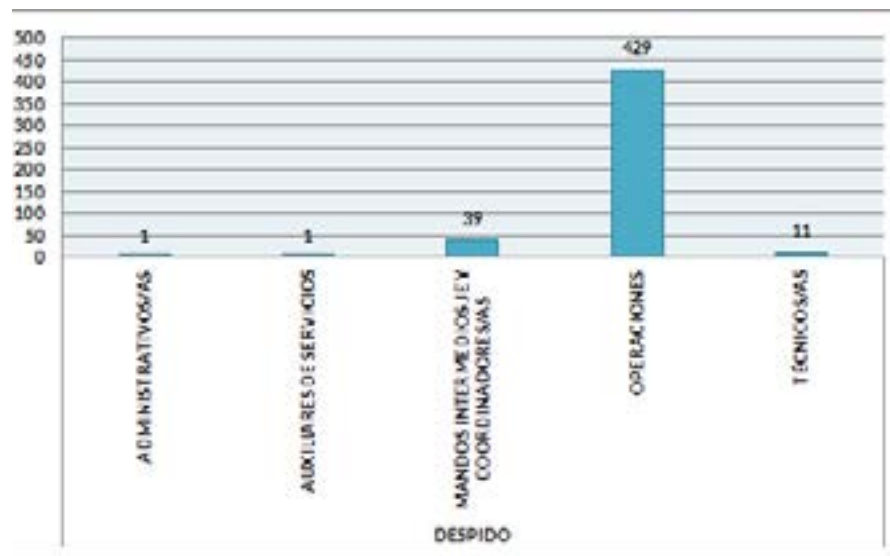
En **Perú** se han producido 276 desvinculaciones:



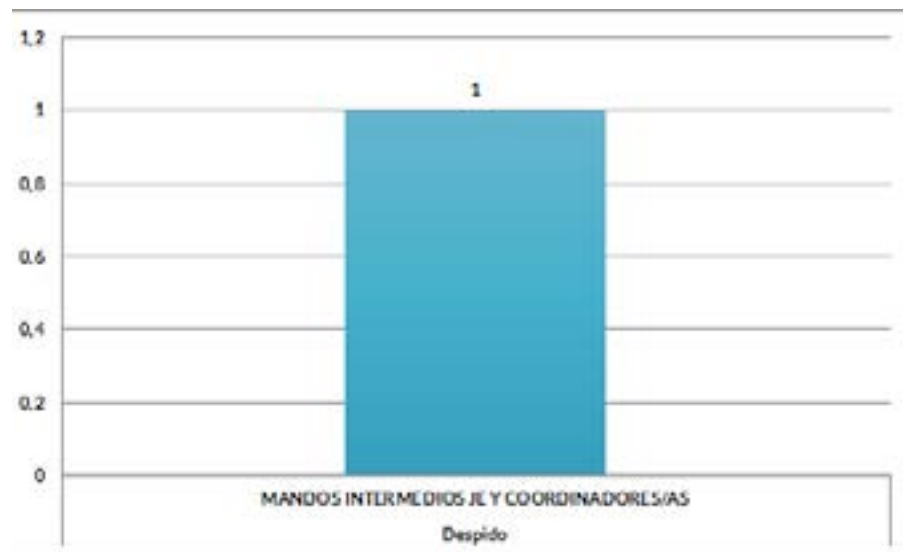
En **Colombia** se han producido 9 desvinculaciones:



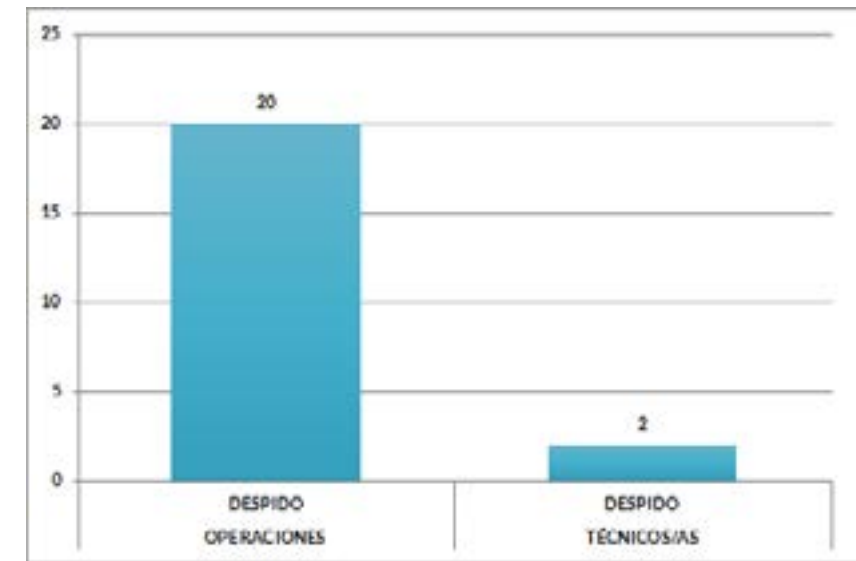
En **Chile** se han producido un total de 481 desvinculaciones, distribuidos de la siguiente manera:



En **México** se ha producido un despido durante el año 2020:



En **Guatemala** se han producido 22 desvinculaciones en 2020:



Igualdad de oportunidades

En **SALESLAND** disponemos de un Plan de Igualdad, negociado en España con la Representación de los trabajadores/as, a través de una comisión de igualdad cualificada, que nos sirve como guía transversal de todos los departamentos de la compañía, además de trasladarlo al resto de las compañías del Grupo, y nos ayuda a adoptar medidas concretas para garantizar la igualdad real entre mujeres y hombres dentro de todo el Grupo.

Creemos en las personas y no podemos permitirnos perder oportunidades de integrar y retener talento en el Grupo y es por ello, que todos nuestros procedimientos internos los elaboramos desde una perspectiva de género que nos ayude a no desviarnos de nuestro objetivo.

Nuestro Plan de Igualdad se compone de medidas concretas divididas en los siguientes bloques que consideramos fundamentales:

- **Reclutamiento, selección y contratación.**
- **Formación, promoción y desarrollo.**
- **Retribución.**
- **Comunicación.**
- **Conciliación de vida laboral y personal.**
- **Salud laboral.**
- **Protocolo de acoso sexual y por razón de sexo.**
- **Medidas de protección destinadas a las personas víctimas de violencia de género.**

• Difusión y compromiso.

Nuestro Plan de Igualdad, elaborado mediante un diagnóstico exhaustivo de todos los aspectos que hemos establecido como fundamentales, es un Plan vivo y flexible que nos permite adaptarnos a los cambios sociales y laborales que van sucediéndose a lo largo del tiempo.

Desde el 2019 hemos puesto el foco en los siguientes aspectos:

COMUNICACIÓN: hemos elaborado y difundido a los departamentos claves de todas las compañías del Grupo una guía para el uso del lenguaje y la imagen, dando mayor relevancia al departamento de selección y formación, por ser este nuestra primera imagen al exterior.

SENSIBILIZACIÓN: hemos difundido a toda la plantilla cursos on-line sobre sensibilización de la igualdad de género y cursos similares de modalidad presencial, dirigidos principalmente a los departamentos transversales de todo el Grupo SALESLAND y al equipo directivo tanto corporativo como local.

LENGUAJE INCLUSIVO: seguimos revisando el lenguaje de todos nuestros comunicados, tanto internos como externos, recordando la importancia del cuidado del lenguaje en todas nuestras áreas.

TELETRABAJO: debido a la Crisis sanitaria provocada por la COVID-19, gracias a que nuestra organización ya tenía implantado en parte de la actividad el teletrabajo para los puestos de oficina; el año 2020 antes de la declaración de los Estados de Alarma, se activó el teletrabajo para todas aquellas posiciones que pudieran implantarse, para

salvaguardar la Seguridad y Salud de nuestra plantilla y la Continuidad del Negocio.

Nuestro Protocolo de Acoso, tiene como objetivo garantizar la protección en el trabajo de toda la plantilla, estando accesible en nuestra intranet corporativa (denominada internamente "La ventana") y colgado en

todos los tableros de nuestros centros de trabajo.

A continuación, se analizan de manera específica las retribuciones medias de la organización, considerando las variables sexo, edad y clasificación profesional, de los principales países en los que opera el Grupo SAESLAND (datos en moneda Local de cada país):

España (€)

| REMUNERACIONES MEDIAS POR SEXO Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | | | |
|--|--------------|-----------------------|-----------------|
| Clasificación profesional | Hombres | Mujeres | Brecha salarial |
| ADMINISTRATIVOS/AS | 16.022,49 | 16.082,17 | -0,37% |
| AUX. SERVICIOS | 14.604,84 | 16.880,48 | -15,58% |
| DIRECTORES/AS | 108.590,62 | 43.682,81 | 59,77% |
| MANDOS INTERMEDIOS | 22.533,56 | 19.700,16 | 12,57% |
| OPERACIONES | 18.372,37 | 14.535,08 | 20,89% |
| RESPONSABLES | 31.634,64 | 27.870,09 | 11,90% |
| TÉCNICOS/AS | 24.277,19 | 19.505,76 | 19,65% |
| REMUNERACIONES MEDIAS POR EDAD | | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | 30 A 50 AÑOS | MANDOS MÁS DE 50 AÑOS | |
| 14.280,42 | 14.075,09 | 16.752,66 | |

(1) Para el cálculo de las retribuciones medias se han considerado tanto los conceptos fijos como variables, esta circunstancia puede generar diferencias entre los datos promedio entre hombres y mujeres sin atender a ningún concepto relacionado con las desigualdades de género.
 (2) Dentro de la clasificación profesional "Directores/as" se incluye desde el personal que integra el comité ejecutivo, compuesto en su totalidad por hombres (6), hasta los Directores/as de Cuenta o Departamento.
 (3) Dentro de la Clasificación de "Técnicos/as" se incluyen los que pertenecen al área de IT, área compuesta principalmente por hombres, cuya banda salarial en el mercado supera la del resto de Técnicos/as de servicios generales, esto genera diferencias entre los datos promedios de hombres y mujeres.
 (4) Dentro del grupo profesional de Operaciones, la mayoría de los puestos de jornada completa los ostentan hombres, principalmente en el área de punto de venta, esto genera diferencias entre los datos promedios de hombres y mujeres.

Perú (S/)

| REMUNERACIONES MEDIAS POR SEXO Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | | | |
|--|--------------|-----------------------|-----------------|
| Clasificación profesional | Hombres | Mujeres | Brecha salarial |
| ADMINISTRACIÓN | 29.866,10 | 20.726,81 | 31% |
| BACK OFFICE | 23.172,40 | 22.175,53 | 4% |
| DIRECTORES/AS DE CUENTA | 130.059,68 | 66.808,17 | 49% |
| FINANCIERO | 34.771,89 | 12.535,49 | 64% |
| GERENCIA | 111.925 | 162.527,26 | -45% |
| MANDOS INTERMEDIOS | 64.296,26 | 63.857,52 | 1% |
| LABORAL | 49.115,99 | 53.216,74 | -8% |
| OPERACIONES | 20.244,84 | 19.217,04 | 5% |
| SELECCIÓN Y FORMACIÓN | 29.401,49 | 32.607,99 | -11% |
| SUPERVISORES/AS | 34.809,78 | 34.901,82 | 0% |
| DEPARTAMENTO IT | 35.933,19 | - | 100% |
| REMUNERACIONES MEDIAS POR EDAD | | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | 30 A 50 AÑOS | MANDOS MÁS DE 50 AÑOS | |
| 20.160,92 | 28.470,89 | 38.764,94 | |

*** Para el cálculo de las retribuciones medias se han considerado tanto los conceptos fijos como variables.

Colombia (\$)

| REMUNERACIONES MEDIAS POR SEXO Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | | | |
|--|--------------|-----------------------|-----------------|
| Clasificación profesional | Hombres | Mujeres | Brecha salarial |
| COMERCIALES | 17.137.392 | 17.137.392 | 0,00% |
| PROMOTORES/AS | 18.341.951 | 18.385.321 | -0,24% |
| DIRECTORES/AS | 166.644 | 57.400 | 65,56% |
| OPERADORES/AS | 17.137.392 | - | 100% |
| ESTRUCTURA U. NEGOCIO | 24.724.160 | 22.525.897 | 8,89% |
| TÉCNICOS/AS | 18.231.119 | - | 2,12% |
| REMUNERACIONES MEDIAS POR EDAD | | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | 30 A 50 AÑOS | MANDOS MÁS DE 50 AÑOS | |
| - | 21.11.758 | 19.515.717 | |

Chile (\$)

| REMUNERACIONES MEDIAS POR SEXO Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | | | |
|--|--------------|-----------------------|-----------------|
| Clasificación profesional | Hombres | Mujeres | Brecha salarial |
| COMERCIALES | 289.201 | 265.282 | |
| DIRECTORES/AS | 3.225.060 | 1.754.761 | |
| ESTRUCTURA U. NEGOCIO | 708.371 | 647.868 | |
| TÉCNICOS | 590.868 | 599.839 | |
| REMUNERACIONES MEDIAS POR EDAD | | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | 30 A 50 AÑOS | MANDOS MÁS DE 50 AÑOS | |
| 256.762 | 382.137 | 358.742 | |

México (\$)

| REMUNERACIONES MEDIAS POR SEXO Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | | | |
|--|--------------|-----------------------|-----------------|
| Clasificación profesional | Hombres | Mujeres | Brecha salarial |
| ENCARGADOS/AS | - | 256.762 | -100% |
| ADMINISTRATIVOS/AS | 140.526 | 89.191 | 36,53% |
| DIRECTORES/AS | 650.617 | 507.126 | 22,05% |
| MANDOS INTERMEDIOS | 188.571,14 | - | 100% |
| OPERACIONES | 83.020,64 | 91.551,22 | -10,28% |
| COORDINADORES/AS | - | 237.696 | -100% |
| TÉCNICOS/AS | 110.650 | 129.623,96 | -17,15% |
| REMUNERACIONES MEDIAS POR EDAD | | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | 30 A 50 AÑOS | MANDOS MÁS DE 50 AÑOS | |
| 96.761,55 | 230.026,36 | 113.959 | |

Guatemala (Q)

| REMUNERACIONES MEDIAS POR SEXO Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | | | |
|--|--------------|-----------------------|-----------------|
| Clasificación profesional | Hombres | Mujeres | Brecha salarial |
| ADMINISTRATIVOS/AS | 83.466,66 | 124.650,00 | -49,34% |
| AUX. DE SERVICIOS | - | - | - |
| DIRECTORES/AS | - | - | - |
| MANDOS INTERMEDIOS | - | - | - |
| OPERACIONES | 738.132,78 | 167.380,11 | 77,32% |
| RESPONSABLES | - | - | - |
| TÉCNICOS/AS | - | - | - |
| REMUNERACIONES MEDIAS POR EDAD | | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | 30 A 50 AÑOS | MANDOS MÁS DE 50 AÑOS | |
| 11.463,53 | 15.672,42 | 12.896,26 | |

Entorno de trabajo seguro y saludable.

En el año 2020 se han producido un total de 13 accidentes con baja, afectando a 2 hombres y 11 mujeres, con un índice de Gravedad del 0,43 y con Frecuencia de 3,70.

El año 2020 ha estado marcado principalmente por la Crisis Sanitaria Internacional provocada por la COVID-19, por lo tanto, el presente año ha tenido especial relevancia la Seguridad y Salud de toda nuestra Plantilla.

Desde la Dirección General del Grupo desde Febrero de 2020, se prestó especial atención en la posible activación del Plan de Continuidad de Negocio, para activar planes de contingencia ad hoc, en cada País, y siguiendo estrictamente las indicaciones de la Organización Mundial de la Salud, y las directrices marcadas por las Autoridades Competentes en materia de Sanidad y Seguridad y Salud.

Así pues, a medida del devenir de los acontecimientos, el Grupo SALESLAND, decidió a la activación de dichos planes de activación, antes incluso que la declaración de los Estados de Alarma, para salvaguardar la Seguridad y Salud y la Continuidad de Negocio.

Las medidas preventivas que se fueron tomando, entre otras, antes de lo que, ahora conocemos como Estados de Alarma, fueron:

- Información al personal sobre las medidas preventivas y reforzar la comunicación de forma constante y actualizada.
- Fomento de buenas prácticas de higiene.
- Seguimiento y aplicación de las medidas proporcionadas por OMS y Ministerio de Sanidad.
- Recomendaciones medidas preventivas: lavado de manos, limpieza instalaciones y superficie de trabajo.
- Coordinación y planificación de logística para posibilitar el Teletrabajo en la compañía para el personal de oficina, en la medida de lo posible, y de todos aquellos puestos que sean compatible con sus propias funciones del puesto de trabajo.
- Aprovisionamiento de toallitas desinfectantes, aprovisionamiento de mascarillas.
- Comité de viajes (valoración de las zonas de destino).

- Evitar saludar con la mano o con un beso.
- Se fomentaron las reuniones o formaciones virtuales (a distancia, telefónica, etc.)
- En la medida de lo posible se evitarán los viajes a las zonas declaradas de riesgo.
- Implantación del Teletrabajo.

El año 2020, ha sido un año atípico, marcado principalmente por la Pandemia Sanitaria provocada por la COVID-19, en la que toda nuestra forma de trabajar y de vivir se ha visto afectada de forma radical, y la implantación del Plan de Contingencia, en la que actualmente sigue presente.

La Política de Prevención de Riesgos Laborales de SALESLAND, recoge como objetivo principal y prioritario la promoción de la mejora de las condiciones de trabajo, con el fin de elevar el nivel de protección, la seguridad y salud de todos/as nuestros/as trabajadores/as, desarrollando de esta forma una cultura preventiva en todos los procesos y procedimientos de trabajo.

Desde la Dirección del Grupo nos comprometemos a adoptar para ello las acciones que esta exigencia requiere, expresada en la siguiente declaración de principios:

1

Las personas constituyen el activo más importante de Salesland por este motivo, la **prevención de riesgos laborales** es un factor prioritario y estratégico en nuestra organización.

2

Implantaremos con rigor el **sistema de gestión de prevención de riesgos laborales** a fin de asegurar, identificar, evaluar y controlar de manera eficaz los riesgos asociados al trabajo con el objetivo de minimizar los accidentes y enfermedades profesionales.

3

Los **accidentes** en su más amplio sentido son evitables y realizaremos todos los **esfuerzos para evitarlos**, integrándolo en las actividades diarias, de la misma forma que la producción, la calidad y los costes.

4

Fomentaremos y favoreceremos la **participación social y la implicación efectiva** de todos/as nuestros/as trabajadores/as en los procesos productivos para la mejora continua.

5

Creemos que un alto grado de seguridad y salud en el trabajo se obtiene dentro del marco de las **buenas prácticas empresariales**, por este motivo prestaremos especial atención a la formación e información de nuestros/as trabajadores/as a fin de implicarles sobre la incidencia de su trabajo en la seguridad de las personas, procesos e instalaciones.

6

Para alcanzar niveles óptimos en seguridad es necesaria la **colaboración y participación de todos/as los/as empleados/as** que integramos Salesland, lo que sin duda redundará en una mejora constante de nuestra seguridad y salud.

Desde la Dirección se revisa anualmente esta política de prevención de riesgos laborales para asegurar que sigue siendo pertinente y apropiada.

Formación y desarrollo profesional.

Como hemos mencionado en el presente informe, el año 2020 marcado especialmente por la Crisis Sanitaria de la COVID-19, el Departamento de Formación ha puesto de manifiesto sus grandes fortalezas para adaptarse a la situación presente mediante la transformación digital en función de los objetivos estratégicos de la compañía.

El departamento de Formación se plantea como objetivo final realizar una gestión integral del talento del Grupo de forma global.

Ha creado su propia escuela de formación que da servicio a todos los países del grupo a través del Campus SALESLAND.

Nuestro lema es:

DIFERENTES REALIDADES, UNA MISMA FORMA DE ENTENDER EL NEGOCIO: ESCUELA SALESLAND: ITU DESARROLLO, ES NUESTRA MISIÓN!

Los 4 pilares en los que se sustenta el departamento de formación son los siguientes:

1. **SALESLAND expertis:** desde el primer día de trabajo, a nuestros comerciales se les capacita tanto en el conocimiento del producto como en las habilidades y técnicas de venta.
2. **Metodología innovadora y diferencial:** Aplicamos una metodología muy práctica, basada en el “aprendizaje experiencial” y en el “aula virtual invertida”. De esta manera buscamos que los participantes aprendan haciendo y así poderlo aplicar lo antes posible a su trabajo diario.
3. **Itinerarios formativos:** mediante la detección de necesidades formativas, cada año elaboramos un Plan de Formación en cada uno de los países del grupo con itinerarios formativos que recogen la vida formativa de cada empleado y su desarrollo.
4. **Seguimiento individualizado:** Nuestros empleados están acompañados desde el primer día, monitorizando su desempeño y evolución y garantizando la formación necesaria para estar al día en conocimientos, habilidades y procedimientos.

La formación es una herramienta clave para situar a SALESLAND al nivel de competitividad necesaria que exige nuestro mercado: altas cuotas de eficiencia y calidad en la prestación de los servicios.

En SALESLAND España, trabajamos con FUNDAE y para cumplir rigurosamente con los requisitos de la misma, hemos organizado la formación en:

- **Formación para el puesto de trabajo:** Orientada a

facilitar herramientas, conocimiento y habilidades a los profesionales para el desempeño de las funciones propias de su puesto de trabajo.

- **Formación complementaria:** Ofrecida con el fin de trabajar aspectos que, aunque no están relacionados directamente con el desempeño de funciones en el puesto de trabajo actual, está relacionada con la actividad de la empresa a la que pertenecen y pueden ayudar a mejorar profesionalmente.

Con respecto a los contenidos a tratar, hemos organizado la formación en 4 grandes áreas:

- **Formación de Bienvenida:** Buscamos el compromiso mediante el conocimiento de SALESLAND, su cultura y su forma de trabajar, así como la de la empresa cliente. Además, velamos por la seguridad y salud en el trabajo de nuestros colaboradores
- **Formación en habilidades transversales:** Hacemos referencia a la formación impartida para mejorar las competencias y habilidades individuales que les permitirá potenciar sus relaciones interpersonales y gestionar mejor su día a día.
- **Formación Técnica y herramientas:** Haciendo referencia a la formación técnica u otras formaciones solicitadas por el negocio o los diferentes departamentos.
- **Formación en Buenas Prácticas** (Compliance y Protección de Datos): Hacemos referencia a la formación que por ley estamos obligados a realizar para el adecuado cumplimiento de la normativa o que la Dirección decide que es estratégica y por lo tanto necesaria para cada compañía del Grupo.

Desde SALESLAND España contamos con un “laboratorio de formación” que da cobertura a nivel transversal y a todos los países del grupo: Consiste en un equipo de trabajo especializado en investigar constantemente, diseñar y crear nuevos productos, acciones formativas, herramientas formativas que permitan mejorar constantemente la metodología y llegar de forma más eficiente a todo el personal.

En Latam, para dar respuesta a las necesidades de cada país los planes de formación se estructuran en los siguientes 4 bloques:

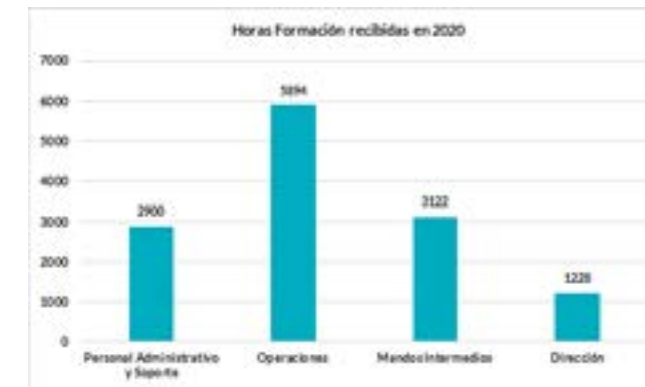
- **Formación de Bienvenida:** Buscamos el compromiso mediante el conocimiento de SALESLAND, su cultura y su forma de trabajar, así como la de la empresa cliente. Además, velamos por la seguridad y salud en el trabajo de nuestros colaboradores

- **Experto en tu producto:** Formación continua y de refuerzo para el lanzamiento nuevos productos, nuevos servicios, actualización de procesos etc.
- **Formación habilidades para el puesto:** El objetivo es un mejor desempeño en el puesto, al mismo tiempo que potenciamos el desarrollo profesional para facilitar una carrera en SALESLAND.
- **Otras necesidades detectadas:** Formación en

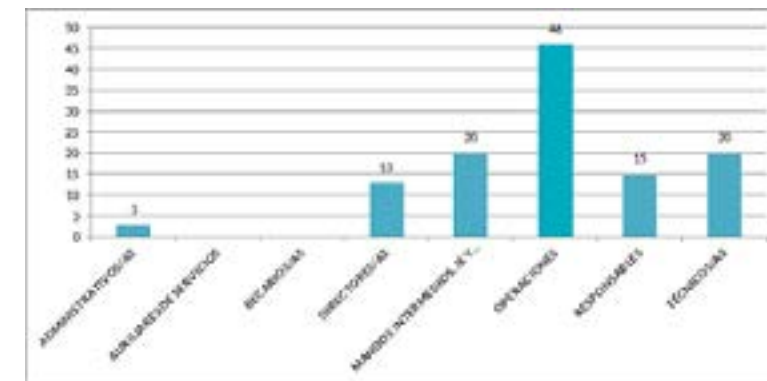
otras habilidades que fomenten y trabajen aspectos necesarios de su día a día. En algunos países, adicionalmente se cuenta con la colaboración de alianzas y formación subvencionada (SENA, SENCE)

Todo ello gestionado y garantizado a través del Campus SALESLAND mediante formación e-learning y/o evaluaciones de seguimiento de la formación vía remota.

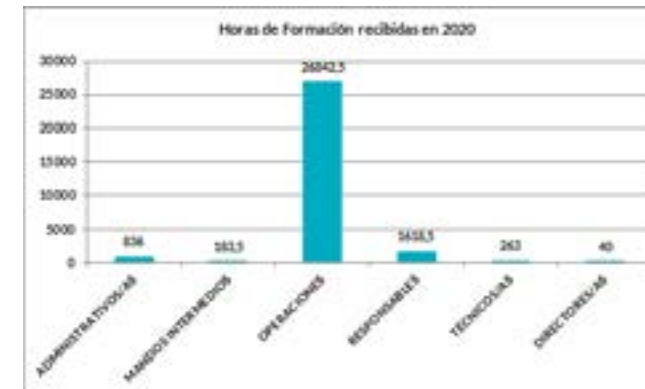
España



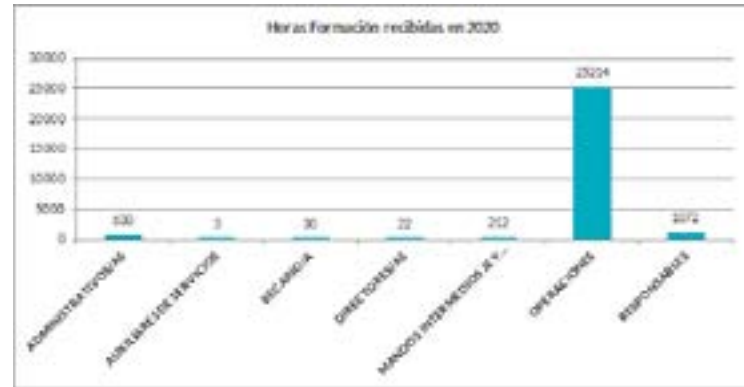
Portugal



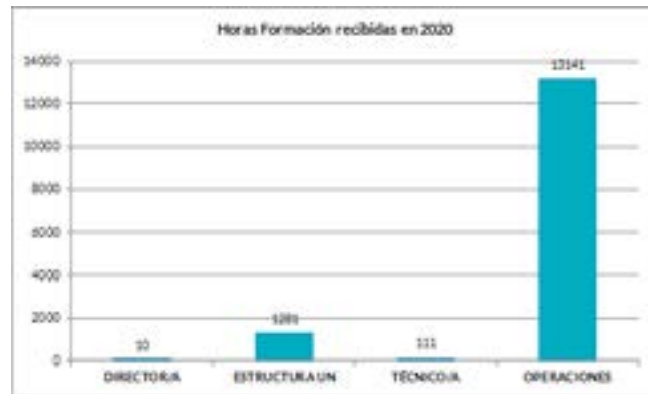
Perú



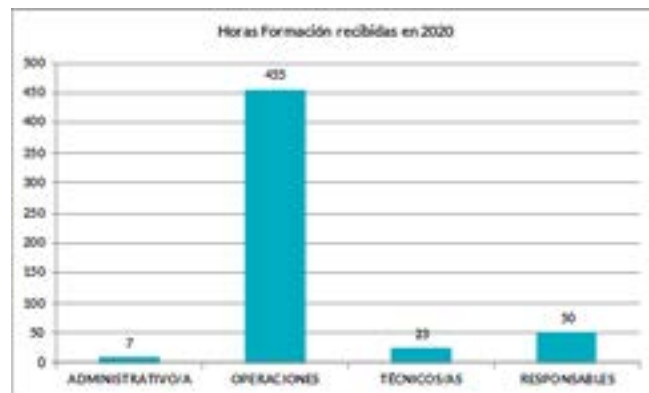
Colombia



Chile



México



Integración de personas con capacidades diferentes.

Como parte de nuestro programa de responsabilidad social corporativa, el departamento de Capital Humano trabaja de forma permanente con las principales asociaciones y fundaciones de personas con certificado de discapacidad con el objetivo común de la búsqueda del talento y la inserción en el mundo laboral de personas con capacidades diferentes.

SALESLAND selecciona y contrata a su propio personal,

desde el convencimiento de que es la mejor vía para conseguir los mejores resultados de eficacia y cohesión. Fruto de este compromiso, en 2020 han pasado por la organización un total de 32 personas con discapacidad, con un promedio de 20 personas contratadas.

Asimismo, mantenemos acuerdos de colaboración con diversas asociaciones para garantizar los dimensionamientos de nuestros proyectos en caso de

necesidad.

Por otro lado, para afianzar el compromiso con la integración laboral de personas con certificado de discapacidad contratamos servicios necesarios para la

compañía en España, a través de Centros Especiales de Empleo. Sirva de ejemplo, que desde 2009, en las oficinas centrales de Madrid, mantenemos un contrato de limpieza con un Centro Especial de Empleo (CEE).

Relaciones sociales y organización del tiempo de trabajo

Las personas de la organización en España se acogen a dos convenios sectoriales CONTACT CENTER y PROMOCIÓN, DEGUSTACIÓN, DISTRIBUCIÓN DE MUESTRAS Y MERCHANDISING, distribuyéndose del siguiente modo:

| | |
|---|--------|
| Beca | 0,10% |
| Convenio Contact Center | 30,66% |
| Convenio Promoción, Degustación, Distribución de muestras y Merchandising | 69,24% |

En España SALESLAND cuenta con dos comités de empresa, uno en el centro de Madrid de Venta remota, y otro en el de Sevilla. El de Madrid está constituido por 21 representantes y el de Sevilla por 5. Todas las acciones representativas están articuladas a través de 4 comisiones permanentes:

- Dirección (representada por el director de plataforma, la directora de capital humano, y la responsable jurídico-laboral, por parte de la empresa)
- Igualdad: la parte empresarial representada por la Directora de Capital Humano, Técnicos de Recursos Humanos y la responsable jurídico-laboral.
- Formación: la parte empresa representada por la responsable del departamento de formación, el Coordinador de formación y un Técnico de Formación.
- PRL: la parte empresa representada por la responsable de Prevención de riesgos laborales y un técnico de PRL.

En Chile se tiene firmado un Convenio Colectivo con los trabajadores específico para la compañía del Grupo SALESLAND Chile.

En México también se mantiene firmado y se renueva anualmente un Convenio Laboral con el Sindicato Nacional de Servicios en General de la República Mexicana.

En el resto de países del Grupo no existe la figura legal obligatoria de Convenio Laboral.

En el año 2020 la organización ha registrado un total de 325.321 horas de absentismo en España. No se disponen de datos equivalentes en el resto de países del Grupo.

Desde febrero de 2019 y en aras de dar cumplimiento a la normativa reguladora del derecho a la desconexión digital en España, SALESLAND ha establecido una política interna dirigida a las personas trabajadoras, sin exclusión del personal directivo, donde se establecen una serie de medidas destinadas a preservar el derecho a la desconexión digital de las personas de la organización. La misma se denominó Política interna reguladora del derecho a la desconexión digital de las personas trabajadoras de SALESLAND y ha sido debidamente comunicada.

Compromiso con el Medio Ambiente.



Impactos y sistema de gestión ambiental

SAESLAND, a pesar de no contar con ninguna certificación de tipo medio ambiental, aplica buenas prácticas en el sector, por ejemplo, llevando a cabo la gestión de los residuos generados en las oficinas, a través de gestores autorizados, para ello se han adaptado todos nuestros office, para dar prioridad a reciclar correctamente. Se han cambiado todos los cubos, y se ha comunicado a todo el personal de SAESLAND que dentro de las instalaciones están obligados a reciclar.

Además, se han tomado otras medidas como el cambio de las toallas de papel en los baños por secadores automáticos con sensor, lo que reduce el consumo de

papel de nuestra organización, reduciendo nuestra huella.

Dado que no se han identificado riesgos significativos en materia ambiental derivados de nuestra actividad, no tenemos provisiones en cuenta destinadas a paliar sus posibles efectos adversos.

No tenemos conocimiento de la existencia de ningún incumplimiento legal o aspecto en tramitación en cuanto a licencias y permisos ambientales, o algún expediente sancionador por causa ambiental en 2020 en ninguna de las empresas del Grupo.

Contaminación atmosférica, acústica y lumínica

SAESLAND produce emisiones de carbono al medio ambiente a través del consumo eléctrico de sus oficinas y a través de las emisiones de los vehículos comerciales de los que dispone.

A fin de mitigar esta huella, SAESLAND está acometiendo el cambio progresivo de las luminarias a LED. La iluminación LED utiliza de media un 40% menos energía que los fluorescentes y un 80% menos que los incandescentes para producir la misma cantidad de luz, lo que significa que son mucho más eficientes, y una importante medida para la reducción de la huella de carbono.

Actualmente, en España en torno al 80% de nuestras oficinas ya disponen de iluminación LED, en el resto de países del Grupo, disponemos de un 50% de iluminación LED a excepción de Perú por motivos de cambio de Sede.

Durante 2020 las emisiones por consumo eléctrico a

nivel grupo han supuesto 153,4 t CO₂ eq*.

Por otro lado, SAESLAND ha contado en 2020 en España y Portugal con una flota de 125 vehículos de renting, el 90% de los mismos son vehículos diésel. Durante 2020, las emisiones por el uso del combustible de estos vehículos se encuentran en torno al 460 t CO₂ eq*. Esto no aplica para el resto de países donde el Grupo opera, pues no se disponen de vehículos ni en renting ni en propiedad, salvo algún caso muy aislado de algún directivo puntual por lo que no se considera material para su cálculo de la Huella de Carbono.

Respecto a la contaminación acústica y lumínica, nuestro impacto es apenas significativo. Realizamos nuestras actividades en oficinas que disponen de las medidas de insonorización y potencia lumínica que establece la legislación vigente en cada país, en cumplimiento de la normativa medio ambiental y de Seguridad y Salud Laboral.

*Para el cálculo de las emisiones de alcance 1 se han utilizado los factores de emisión publicados por el Ministerio para la Transición Ecológica en el informe 'Factores de emisión' 2021.

*Para el cálculo de las emisiones de alcance 2 se ha utilizado el factor de conversión publicado por la CNMC en 2021 y para el resto de los países se ha utilizado la media por país publicada por la International Energy Agency (IEA) en 2013.

Economía circular y prevención y gestión de residuos

Desde SAESLAND queremos contribuir al cambio hacia una economía eficiente en el uso de los recursos. Una de las 7 iniciativas de la Estrategia Europea 2020 es llegar a ser "Una Europa que utilice eficazmente los recursos", y con ese objetivo común, contamos con varios planes de reciclaje de distintos residuos como papel, o equipos electrónicos, sobre todo en nuestras oficinas en Europa.

Para mitigar el impacto que pudiera generar nuestra actividad, hemos desarrollado una serie de recomendaciones que hemos detallado en apartados anteriores de este EINF.

Como mejora para los próximos ejercicios, SAESLAND se ha propuesto realizar una comparativa entre los residuos generados cada año, a fin de valorar si las medidas que se han implementado están siendo eficaces.

Se presentan a continuación los datos de residuos generados y tratados en nuestras oficinas en cada uno de los Países.

En el año 2020, y debido a la Crisis Sanitaria provocada por la COVID-19, desde marzo de 2020, todas nuestras oficinas han estado cerradas en su mayoría, debido a las restricciones marcadas, confinamiento y restricciones a la movilidad, que han afectado severamente a nuestro sector, en gran parte a nuestra propia actividad.

Y como hemos mencionado anteriormente, la apuesta e implementación del Teletrabajo, para todos aquellos puestos de trabajo que pudieran ejecutarse.

RESIDUOS PELIGROSOS

SAESLAND cuenta con los servicios de una empresa autorizada para la recogida periódica de estos residuos:

| Residuo | Kg |
|---------|----|
| 30,66% | 70 |

Dada nuestra actividad, no generamos de forma directa más residuos peligrosos. Los tóner son gestionados por la empresa de mantenimiento de las fotocopiadoras, y los fluorescentes que surgen puntualmente debido a los cambios a LED, se entregan a la empresa suministradora de los mismos. El resto de residuos son insignificantes y son eliminados por los servicios corrientes de recogidas de basuras.

*Debido a la Crisis Sanitaria provocada por la COVID-19, los centros de trabajo han estado cerrados durante muchos meses, y no se ha generado residuos para su recogida.



NO PELIGROSOS

Se cuenta con una empresa externa que lleva a cabo la retirada del papel para su posterior gestión. Durante 2020 SAESLAND ha comenzado a contabilizar la cantidad de papel consumida en la organización para poder tomar medidas sobre su reducción y reciclaje. El resto de residuos son insignificantes y son eliminados por los servicios corrientes de recogidas de basuras.

España

| Residuo | Kg |
|---------|-------|
| Papel* | 2.500 |

Portugal

| Residuo | Kg |
|---------|-----|
| Papel* | 160 |

Perú

| Residuo | Kg |
|---------|-----|
| Papel* | 497 |

Colombia

| Residuo | Kg |
|---------|-------|
| Papel* | 2.167 |

No se han contabilizado los recursos de papel de México, Guatemala y Chile ya que no son significativos

*Debido a la Crisis Sanitaria provocada por la COVID-19, los centros de trabajo han estado cerrados durante muchos meses, y apenas se han generado residuos.

RESTO RESIDUOS

El resto de los residuos (asimilables a domésticos) se eliminan a través de las distintas redes de gestión municipal. SAESLAND pone a disposición de los empleados medios para facilitar la gestión de los distintos residuos.

Uso sostenible de los recursos

Dado la actividad de SALESLAND, somos una empresa con un bajo consumo de recursos y materias primas en todos los países en los que operamos. Aun así, intentamos mitigar nuestra huella ambiental fomentando un uso eficiente y adecuado de los recursos.

Cómo hemos comentado en apartados anteriores se trata de seguir una serie de buenas prácticas y pequeñas medidas que vamos implementando en nuestras oficinas:

- Cambio de luminarias a LED
- Cambio de toallas de papel por secamanos automáticos con sensor
- Vehículo eléctrico
- Buenas prácticas para el ahorro de agua y luz en las oficinas

ENERGÍA ELÉCTRICA

La energía que consumimos en su totalidad es eléctrica, tanto para los sistemas de refrigeración como de calefacción e iluminación. Nuestros consumos eléctricos han sido en el Grupo:

España

| Residuo | KWh |
|--------------|---------|
| Electricidad | 530.579 |

Portugal

| Residuo | KWh |
|--------------|--------|
| Electricidad | 12.085 |

Perú

| Residuo | KWh |
|--------------|---------|
| Electricidad | 107.676 |

Colombia

| Residuo | KWh |
|--------------|--------|
| Electricidad | 27.189 |

Chile

| Residuo | KWh |
|--------------|--------|
| Electricidad | 76.880 |

México

| Residuo | KWh |
|--------------|-------|
| Electricidad | 4.505 |

Guatemala

| Residuo | KWh |
|--------------|-------|
| Electricidad | 1.741 |

CONSUMO DE AGUA

El agua consumida en las oficinas de SALESLAND proviene de las redes de abastecimiento locales, y es vertida a la red de saneamiento. El uso es fundamentalmente, para el consumo de empleados, aseos, y operaciones de limpieza, por lo que no se trata de un consumo significativo. El dato de consumo en el Grupo ha sido:

España

| Residuo | M3 |
|---------|-----|
| Agua | 284 |

Portugal

| Residuo | M3 |
|---------|-----|
| Agua | 113 |

Perú

| Residuo | M3 |
|---------|-------|
| Agua | 1.366 |

Colombia

| Residuo | M3 |
|---------|-----|
| Agua | 373 |

Chile

| Residuo | M3 |
|---------|-----|
| Agua | 369 |

México

| Residuo | M3 |
|---------|----|
| Agua | 57 |

No se ha contabilizado el consumo de agua en Guatemala ya que es insignificante.

*Debido a la Crisis Sanitaria provocada por la COVID-19, los centros de trabajo han estado cerrados durante muchos meses, y apenas se han generado consumos.

CONSUMO DE MATERIAS PRIMAS

Dada la actividad que llevamos a cabo, los principales consumos de materias primas se reflejan en consumos de combustible y papel.

España

| Consumo | Litros |
|----------|---------|
| Diésel | 197.840 |
| Gasolina | 4.272 |

| Consumo | Kg |
|---------|----|
| Papel | 12 |

Portugal

| Consumo | Litros |
|----------|--------|
| Diésel | 10.477 |
| Gasolina | 0 |

| Consumo | Kg |
|---------|-----|
| Papel | 300 |

Colombia

| Consumo | Kg |
|---------|-----|
| Papel | 200 |

Chile

| Consumo | Kg |
|---------|-------|
| Papel | 1.512 |

México

| Consumo | Kg |
|---------|-----|
| Papel | 168 |

No se han contabilizado los consumos de materia prima de Perú y Guatemala.

CAMBIO CLIMÁTICO

Estimamos, en términos generales, que, debido a nuestra actividad, no tenemos una influencia significativa en este ámbito. Nuestras emisiones, mayoritariamente dependen de las emisiones ocasionadas por los vehículos de renting en el Grupo y por el consumo eléctrico de nuestras oficinas.

Además, al ser todas nuestras oficinas de alquiler sin excepción en todos los países en los que trabajamos, no tenemos control sobre, por ejemplo, los equipos de aire acondicionado propios del edificio, que podrían ocasionar fugas de gas refrigerante que afectan al medio ambiente.

Teniendo en cuenta los datos de combustible, electricidad y los vehículos empleados, de los indicadores que acabamos de comentar en las páginas anteriores, nos situamos en torno a 613 t CO2 Eq

Además, desde SALESLAND nos comprometemos a realizar un seguimiento de las medidas implementadas para reducir nuestros consumos, lo que debería mitigar nuestra huella de carbono. En los siguientes ejercicios, se presentará la comparativa entre periodos valorando la eficacia de las medidas tomadas.

PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

Las oficinas, se encuentran en todos los casos en cascos urbanos de municipios, donde la afección a recursos biológicos en general es mínima. Por tanto, no existen riesgos graves para la biodiversidad que conlleven la necesidad de establecer medidas preventivas en esta materia.

Desde SALESLAND, se trabaja para dar cumplimiento a la regulación medioambiental vigente en cada país y aplicable a nuestra actividad, y si bien nuestra actividad no es de carácter industrial, por lo que no afecta significativamente a los recursos naturales, sí es nuestra voluntad, que todas nuestras actuaciones se efectúen con compromiso y respeto hacia el medio ambiente.

Compromiso con la Sociedad.

Compromiso con el desarrollo sostenible



Desde SALESLAND existe un elevado compromiso con la sociedad, motivo por el que anualmente participa de diferentes iniciativas con el objetivo de contribuir

al desarrollo sostenible. A continuación, se plantean algunas de las iniciativas en las que ha participado a lo largo de 2020.

Campaña recogida de juguetes: “CRECER SONRIENDO”

Durante la Navidad del año 2020, en SALESLAND -a través de la Fundación SALESLAND-, implementamos por segundo año consecutivo la Campaña de recogida de juguetes “Crecer Sonriendo”, destinada a los niños y niñas participantes en el Proyecto Despega de la Fundación SALESLAND, así como para los niños y niñas del barrio de Orcasitas, donde se desarrolla el proyecto.

Debido a las extraordinarias condiciones causadas por la crisis sanitaria provocada por la COVID-19, se organizó de forma diferente, poniendo como punto de entrega Orcasitas, a diferencia del año anterior donde la entrega de juguetes se hacía en la propia oficina de SALESLAND.



Las restricciones han hecho que el proyecto se haya centrado en la participación de los empleados y empleadas de la compañía a nivel local. Todas las comunicaciones se hicieron para empleados/as de Madrid, a través de email.

Donaciones: “CAUSAS BENÉFICAS”

SALESLAND, en responsabilidad con la Sociedad ha creado el llamado proyecto “causas benéficas”. Es un proyecto a corto/medio plazo, con una colaboración a través de varias donaciones en los años 2017, 2018, 2019 y 2020.

La donación de la campaña de 2017 fue, tras el terremoto sufrido en México en septiembre de 2017, para un proyecto que estaba desarrollando la ONG Save The Children (cliente) en ese país, escogido precisamente por ser uno de nuestros países de actividad, para ayudar a los niños y niñas más desfavorecidos a consecuencia de dicho accidente natural.

La donación en la campaña de 2018 fue para la ONG Save The Children, cliente de SALESLAND, en concreto para el proyecto The Right to be a Girl en Mauritania (para defender los derechos fundamentales de las niñas), que fue escogido por votación previa por parte de los empleados de los 7 países de actividad de SALESLAND.

La donación en la campaña de 2020 se destinó al proyecto Despega de la Fundación SALESLAND, con el objetivo de reducir el abandono escolar en menores en riesgo de exclusión social en el barrio de Orcasitas, en Madrid, además de trabajar en valores y mejorar la inclusión socio-laboral tanto de sus familias como de los propios niños y niñas participantes en el momento de iniciar su edad adulta.

La donación en la campaña de 2020 se destinó a un cheque de comida para las familias más necesitadas del barrio de Orcasitas (distrito de Usera, Madrid), donde desde la Fundación SALESLAND colaboramos de manera activa desde hace más de un año.

Fundación SALESLAND Chile - Iniciativa para programa de TV “Aquí Somos Todos”

Desde SALESLAND Chile, a través de la Fundación SALESLAND, se colaboró en una iniciativa para ayudar a Jeanette regalándole una silla de ruedas para su hijo.

Esta campaña, llevada a cabo por Freddy Alvarado, en nombre de la Fundación SALESLAND, junto a Bianca, colaboradora en SALESLAND Chile, fue televisada en un programa llamado Aquí Somos Todos.

El momento del encuentro entre Freddy, Bianca y Jeanette quedó grabado en directo, y se puede ver en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3sleegN>.

Iniciativa: Actividades por Navidad con hijos/as de empleados/as

Durante la Navidad de 2020, el Grupo SALESLAND llevó a cabo un taller virtual a nivel global en el que los empleados podrían realizar un taller de manualidades navideñas junto a los más pequeños de la casa.

Al tratarse de una iniciativa online, y bajo la idea de “acortar las distancias”, pudimos conectar con las familias de SALESLAND España, Portugal, Perú, Colombia, Chile, México, Guatemala y Ecuador.



Iniciativa desde Prevención de Riesgos para SALESLAND Chile

En SALESLAND Chile, nuestro equipo del departamento de Bienestar y Beneficios junto al departamento de Prevención de Riesgos realizó revisiones oftalmológicas con chequeo visual, compra de gafas y entrega de receta para nuestros colaboradores de Temuco, Concepción, Viña Del Mar y La Serena.



Actividad para cuidar la salud mental de los colaboradores en SALESLAND Chile

En la sucursal de La Serena, Chile, se realizó una pausa de relajación donde nuestros trabajadores pudieron disfrutar de un estado de tranquilidad, música, aromas y sonidos sanadores, acompañado de Reiki para bajar los niveles de estrés y fortalecer el trabajo en equipo.

Colaboración de SALESLAND Perú con los centros Casita Feliz de Kantaya

En 2019 se organizó una mañana junto a los más de 270 niños y niñas que asisten a los 3 centros Casita Feliz de Kantaya, una iniciativa solidaria con muchos puntos en común con el Proyecto Despega de la Fundación SALESLAND. En 2020 la iniciativa no se pudo repetir debido a la pandemia, pero Salesland colaboró promocionando la venta de artículos de Navidad para la Fundación.

Integración del Servicio Médico Ocupacional en SALESLAND Perú durante la cuarentena

Durante los meses de cuarentena, se facilitó una línea especializada de Es Salud, para atenderles ante cualquier tipo de emergencia que pudieran tener.

Esta iniciativa se dio a conocer como Servicio Médico Ocupacional, y gracias a ello nuestros colaboradores/as pudieron hacer sus consultas de salud en el trabajo, así como reportar síntomas o casos de COVID-19.

Charla sobre salud mental desde Facebook de SALESLAND Perú

Se desarrolló, a través de Facebook Live, un taller llamado “Cómo fortalecer la salud mental en tiempos del Covid-19”. Esta charla gratuita a cargo de TerapyGo Psicólogos, fue dirigida tanto para colaboradores/as como familiares, con el fin de ayudar a quienes más lo necesitan.



Implementación de beneficios sociales sobre colaboradores de SALESLAND Colombia

Se implementaron una serie de Beneficios Sociales del sector salud, entretenimiento, ocio, educación, financiero, cultura, deporte y bienestar, para todos nuestros empleados/as.

Participación de SALESLAND Colombia en campaña de donación de sangre

Durante el mes de marzo, SALESLAND Colombia participó junto a la Fundación Hematológica de Colombia en la campaña de donación de sangre de la semana de la salud.

Concierto virtual desde SALESLAND Colombia para celebrar el mes del amor y la amistad

Celebramos el mes del Amor y la Amistad con un concierto virtual para que toda la Familia SALESLAND disfrutara de este encuentro online.



Taller de cocina online en SALESLAND Colombia

En compañía de nuestro aliado Famisanar EPS, se realizó un taller de cocina saludable virtual con el fin de llegar hasta sus hogares con las actividades de Bienestar, y continuar trabajando en equipo.



SALESLAND colabora con ESCUELAB

SALESLAND, dentro de sus actividades sociales, ha impulsado un programa de REFUERZO ESCOLAR para niños y niñas en riesgo de exclusión social en el barrio madrileño de Orcasitas, a través de Escuelab.

El objetivo del programa es reducir el abandono escolar centrándose en dos ejes fundamentales:

- Ofreciendo un refuerzo educativo a los niños y niñas
- Trabajando en valores por medio de actividades deportivas y resolución de retos científicos.

Proyecto CEAR (COMISIÓN ESPAÑOLA DE AYUDA AL REFUGIADO)

Desde nuestro Departamento de Capital Humano, ponemos el foco en la selección de personal, ya que consideramos que las personas son nuestro mejor activo. Por eso mismo, continuamos asociados a CEAR para la capacitación y posterior selección de personas refugiadas que viven en nuestro País.

Por otro lado, lo ejecutamos a través de formación y desarrollo para conseguir aumentar la motivación, capacitación y posibilidad de innovación, y por tanto, la eficacia y formación para el desarrollo personal y profesional.

Proyecto: VIOLENCIA DE GÉNERO

Cuidamos a nuestros trabajadores/as que sufren violencia de género presentándoles una especial atención y facilitándoles medidas adaptadas a sus necesidades.

Relación con nuestros clientes

COMUNICACIÓN CON NUESTROS CLIENTES

En un entorno altamente competitivo y cambiante, somos conscientes de la importancia de cuidar a nuestros clientes.

En SALESLAND, contamos con dos principales categorías de clientes externos: **el cliente marca** (empresa), que nos contrata para desarrollar su proyecto de ventas; y el **consumidor o cliente final**, a quien nuestra red de ventas se dirige para hacerle llegar los productos y servicios que comercializamos en nombre de nuestro cliente marca.

Contamos con una amplia red de canales a través de los que tanto el cliente marca como el cliente final pueden dirigirse a SALESLAND para trasladarnos sus consultas y reclamaciones, que dividimos en dos tipologías para poder explicar mejor los procedimientos marcados: por un lado las **consultas de tipo comercial o de Recursos Humanos**, y por otro lado las **consultas relacionadas con el ejercicio de los derechos en materia de protección de datos**:

Metodología de tramitación de consultas en materia comercial y de Recursos Humanos

Disponemos de dos canales oficiales habilitados para este fin:

Página web del Grupo SALESLAND: a través de su apartado “¿Hablamos?”, ofrecemos un formulario de contacto en el que el usuario puede escoger el país en el que se encuentra, así como el departamento al que quiere dirigir su consulta, de modo que la propia herramienta web deriva la consulta al responsable correspondiente de dicha área, en el país que aplique, para que sea atendida vía email o, si la situación lo requiere, se pueda ofrecer una atención más personalizada vía telefónica.

De manera semanal, realizamos un seguimiento periódico para confirmar que la totalidad de las consultas han sido respondidas por sus responsables correspondientes.

Canal Whatsapp Business: en nuestra web, hemos habilitado un canal de Whatsapp Business a disposición de los nuevos clientes interesados en iniciar un contacto comercial con nosotros con objeto de desarrollar sus proyectos de ventas. Este canal es íntegramente gestionado por el Director Comercial y de Desarrollo de Negocio del Grupo SALESLAND, quien dirige toda la conversación y deriva el contacto, llegado el caso, al responsable correspondiente en cada país para poder ofrecer un presupuesto al cliente.

Redes sociales: disponemos de perfiles sociales en las principales plataformas: Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter y Youtube, en las que el departamento de Comunicación de SALESLAND atiende a todos los mensajes recibidos por los usuarios.

Para atender a aquellas consultas que no son de contenido genérico, y bajo la supervisión del departamento de Comunicación, SALESLAND cuenta con una red de interlocutores, empleados de las principales áreas que son motivo de consulta (Comercial, Recursos Humanos y Protección de datos) en cada país, con acceso habilitado a las redes sociales que correspondan, para que puedan atender de manera personalizada a cada consulta.

De manera semanal, realizamos un seguimiento periódico para confirmar que la totalidad de las consultas han sido respondidas por sus responsables correspondientes.

Emails genéricos de contacto: En ocasiones, aunque de manera aislada, existe un tercer canal de recepción de consultas de clientes que, si bien no es la oficial, en ocasiones es elegida por los mismos al encontrar en la red alguno de nuestros emails genéricos de contacto, a través de los que nos envían sus comunicaciones.

Estos correos electrónicos, gestionados en cada caso por el responsable correspondiente, siguen una línea de actuación idéntica a los dos canales anteriormente descritos, de modo que cada consulta es derivada al responsable correspondiente de área para que pueda tramitar la respuesta en la mayor brevedad, y se efectúa el seguimiento correspondiente para garantizar que el usuario ha recibido respuesta de nuestra parte.

Durante el año 2020 no se han recogido datos relativos a quejas y reclamaciones derivadas de esta tipología, esto es debido principalmente a que las redes sociales no cuentan con herramientas in-house que faciliten la clasificación de los mensajes recibidos por temáticas o similar, dificultando de manera significativa la recopilación de dicha información.

Metodología de tramitación de consultas relacionadas con el ejercicio de derechos en materia de Protección de Datos

Conscientes de la importancia de garantizar a nuestros clientes que cumplimos rigurosamente con el Reglamento Europeo de Protección de Datos, en las empresas europeas del Grupo SALESLAND disponemos de tres canales de comunicación habilitados para atender cualquier consulta, reclamación, duda o solicitud de formación en esta materia: telefónica, email y correo postal.

Desde SALESLAND, contemplamos dos escenarios a la hora de gestionar un ejercicio de derecho relacionado con la protección de datos:

I Escenario: cuando un usuario ejerce su derecho a no recibir más llamadas telefónicas en su/s número/s de teléfono. Para lo que marcamos el siguiente procedimiento:

1. Incorporación de número de teléfono a nuestra Lista Robinson Interna para bloquear cualquier futura llamada.
2. Una vez tenemos la información incorporada al informe, diseñamos la carta legal a través de la que damos respuesta a su consulta, que enviamos al usuario a través del mismo canal que éste escogió para realizar su consulta.
3. Incorporamos la información a un informe que elaboramos de manera mensual.
4. Archivamos la carta legal en el repositorio que tenemos habilitado para este fin, que ordenamos por ciclos anuales.

II Escenario: cuando un usuario ejerce su derecho a cancelar sus datos como trabajador de SALESLAND. Para lo que marcamos el siguiente procedimiento:

1. Puesta en conocimiento de la reclamación al departamento de Capital Humano para efectuar la consulta en nuestras Bases de Datos y confirma, a través de correo electrónico, el borrado de la información requerida.
2. El departamento encargado del buzón de protección de datos procede al borrado de los mismos en las distintas plataformas y bases de datos de la compañía, e incorpora toda la información al informe para, a continuación, diseñar la carta legal que dará respuesta al usuario sobre su consulta a través del mismo canal escogido por el mismo para realizar su reclamación.
3. Incorporamos la información a un informe que elaboramos de manera mensual.
4. Archivamos la carta legal en el repositorio que tenemos habilitado para este fin, que ordenamos por ciclos anuales.

Durante el año 2020 se atendieron un total de 323 reclamaciones, un 63,16% más que el año anterior 2019, que se situaba en 204 reclamaciones. De las 323 reclamaciones el 79,26%, se genera a través del correo habilitado para ello rgpd@SALESLAND.net, atendiendo al 100% de ellas en los plazos estipulados por la ley. El resto de las reclamaciones se generan por otras vías, como por ejemplo Lista robinson o correo postal.

COMPROMETIDOS CON EL CLIENTE

Desde SALESLAND, nos comprometemos con nuestros clientes a las siguientes cláusulas:

- Asumir la adecuada ejecución de los encargos que nos sean efectuados, adscribiendo a tal ejecución los medios técnicos y de organización precisos, debiendo contar con los equipos necesarios y el personal suficientemente cualificado para la realización de los mismos.
- SALESLAND es el único responsable de todas las obligaciones impositivas, laborales y de seguridad social que correspondan a su actividad, debiendo dar puntual cumplimiento a las mismas y respondiendo frente al cliente de las responsabilidades que éste tenga que asumir, en su caso, frente a terceros y a Administraciones Públicas como consecuencia del incumplimiento por parte de SALESLAND de sus obligaciones laborales, de seguridad social y tributarias.
- Gestión de los servicios prestados con el nivel que el cliente solicite, así como al cumplimiento normativo en materia de protección de datos en cada país y formación de nuestros trabajadores/as en la citada materia y regulación específica y extensa dentro del Contrato de esta materia para adecuarlo a las exigencias tanto del cliente como de la Ley de cada país.
- Cumplir y hacer cumplir en todo momento a nuestros trabajadores/as toda la legislación/normativa que resulte de aplicación en materia de seguridad, salud laboral y medio ambiente de cada país, disponiendo, en SALESLAND, de políticas específicas para estas áreas.
- SALESLAND garantiza que su personal tendrá la capacitación general y formación específica necesaria para la adecuada prestación del servicio.
- Entrega de Certificación negativa por descubiertos en la Tesorería General de la Seguridad Social y Certificado expedido por la Agencia Estatal de Administración Tributaria de hallarse al corriente del cumplimiento de sus obligaciones tributarias, así como sus equivalentes en el resto de empresas del Grupo no españolas.
- SALESLAND tiene contratada una póliza de seguro de responsabilidad civil para todo el Grupo que cubre los riesgos propios de su actividad y la ejecución de los Servicios que en estos momentos tiene una cobertura de un millón de euros.
- Estricta confidencialidad de la información a la que se tenga acceso que tenga carácter exclusivo

y/o confidencial de la otra parte o relativa a datos de carácter personal. Tanto SALESLAND como el cliente deberán guardar secreto sobre los mismos y se compromete a no revelar dicha información a terceros y a no hacer uso de la misma para fines distintos de los previstos en el contrato, con especial observancia, en su caso, de las normas del Reglamento General de Protección de Datos Reglamento UE 2016/679 del Parlamento Europeo y el Consejo, de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE y su norma de desarrollo en la Ley Orgánica 3/2018.

- Prohibición de comisiones a empleados/as o familiar de éstos con ocasión de la celebración del contrato.
- Sometidos los contratos a la regulación vigente y la resolución de las controversias que se puedan dar entre las partes se someten a los Tribunales de Justicia correspondientes.

Relación con nuestros proveedores

Para conseguir un mayor control en la gestión de los proveedores y contratistas, SALESLAND cuenta con un Procedimiento de Compras en el que se define cómo comprar, documentarlo y estructurarlo para que la ejecución de éstas sea correcta. Este procedimiento es de aplicación a todas las líneas de negocio de las compañías del Grupo, y a toda la persona que intervenga en el mencionado procedimiento.

El responsable de compras cuenta con unas funciones definidas tales como:

- Responsable de recibir las solicitudes de compra
- Responsable de evaluar a los proveedores
- Responsable del cumplimiento del procedimiento
- Responsable de la negociación y la búsqueda de proveedores que nos ayuden a mejorar
- Responsable de aprobar las compras.

Todos los materiales suministrados son verificados, y controlados internamente, y registrándolo para su posterior pago. Si en algún caso el material es defectuoso se rechazará el albarán y/o la entrega de material y se pondrá en conocimiento del responsable de compras para su reclamación.

Todos los proveedores están sometidos a una **evaluación** tras ser homologados para garantizar que las expectativas se ajustan a las apuntadas inicialmente.

Los criterios de evaluación son los siguientes:

- Calidad de los suministros
- Fiabilidad de los plazos de entrega
- Flexibilidad del proveedor
- Fiabilidad del proveedor

- Competitividad. Nivel de precios.

De manera general se prioriza la **compra a proveedores locales** con el objetivo de apoyar el desarrollo de estas comunidades y como medio de impacto de nuestra actividad en la sociedad.

Información fiscal

En 2020, los beneficios después de impuestos obtenidos en los diferentes países son:

| | |
|-------------|---------------|
| ESPAÑA | -4.731.246,11 |
| PORTUGAL | 118.256,57 |
| PERÚ | -203.404,33 |
| COLOMBIA | -574.510,22 |
| CHILE | 349.996,38 |
| MÉXICO | 12.962,99 |
| GUATEMALA | -179.564,30 |
| ECUADOR | -41.454,93 |
| EL SALVADOR | -4.269,86 |

Por otro lado, durante el 2020 se han realizado pagos en concepto de impuesto de sociedades por importe de 636k €. Además, se han recibido subvenciones por importe de 711.476,86 €, correspondientes a diferentes ayudas de varios países para hacer frente a la crisis económica derivada de la crisis sanitaria provocada por el covid-19.

Respeto a los Derechos Humanos

SALESLAND cumple con su responsabilidad de respetar los derechos humanos en toda su área de influencia, asume sus obligaciones y compromisos, tanto a nivel nacional como internacional, y ha llevado a cabo la internalización de los diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

La organización rechaza cualquier tipo de discriminación por razón de raza, nacionalidad, origen social, edad, sexo, estado civil, orientación sexual, ideología, opiniones políticas, religión o cualquier otra condición personal, física o social de sus profesionales y se compromete a cumplir con los principios de igualdad, ofreciendo a todos sus trabajadores las mismas oportunidades.

Entendemos los derechos humanos como una de las bases sobre las que se asienta nuestra política de recursos humanos, y consideramos que el mero cumplimiento de la regulación europea, nacional y autonómica de aplicación en cada país garantiza su respeto.

No se ha identificado riesgo de trabajo forzoso o trabajo infantil, ni en las operaciones que gestionamos directamente, ni en aquellas que son responsabilidad de nuestros proveedores directos.

Tablas de contenido GRI

| 1.- SOBRE ESTE INFORME | Nº PÁGINA |
|---|-----------|
| GRI 102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales | 4 |
| 2.- QUIÉNES SOMOS | Nº PÁGINA |
| MISIÓN, VISIÓN Y VALORES | |
| GRI 102-1: Nombre de la organización | 6 |
| CÓMO ESTAMOS ORGANIZADOS | |
| GRI 102-18: Estructura de gobierno de la organización (incluidos los comités del máximo órgano de gobierno) | 6-7 |
| GRI 102-15: Principales impactos, riesgos y oportunidades | 8 |
| GRI 102-6: Mercados servidos | 9 |
| SOMOS EL PARTNER DE CONFIANZA DE NUESTRO CLIENTE | |
| GRI 102-4: Número de países donde opera la organización | 5 |
| ¿QUÉ HACEMOS? SOLUCIONES PARA LA VENTA | |
| GRI 102-2: Actividades, marcas, productos y servicios | 10-11 |
| 3.- ANÁLISIS DE MATERIALIDAD | Nº PÁGINA |
| GRI 102-47 Lista de los temas materiales | 12-13 |
| 4.- BUEN GOBIERNO CORPORATIVO | Nº PÁGINA |
| GRI 102-5: Régimen de propiedad y su forma jurídica | 13 |
| GRI 102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta | 13-14 |

| 5.- COMPROMISO CON LA PLANTILLA | Nº PÁGINA |
|--|-----------|
| POLÍTICAS Y RETOS DE CAPITAL HUMANO | |
| GRI 405-1: Diversidad en órganos de gobierno y empleados | 14 |
| HABLANDO EN CIFRAS | |
| GRI 102-8: Información sobre empleados y otros trabajadores | 15-29 |
| IGUALDAD DE OPORTUNIDADES | |
| GRI 403-1: Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad | 29 |
| GRI 405-2: Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres | 30-32 |
| ENTORNO DE TRABAJO SEGURO Y SOSTENIBLE | |
| GRI 403-3 Servicios de salud en el trabajo | 32 |
| GRI 403-2: Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, absentismo, días perdidos y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional | 32 |
| FORMACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL | |
| GRI 404-1: Media de horas de formación al año por empleado | 32-36 |
| 6.- COMPROMISO CON EL MEDIOAMBIENTE | Nº PÁGINA |
| IMPACTOS Y SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL | |
| GRI 307-1: Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental | 38 |
| CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA, ACÚSTICA Y LUMÍNICA | |
| GRI 305-1: Emisiones directas de gases de efecto invernadero (GEI) (alcance 1) | 38-41 |
| GRI 305-2: Emisiones indirectas de GEI por generación de energía (alcance 2) | 38-41 |
| ECONOMÍA CIRCULAR Y PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS | |
| GRI 306-2: Residuos por tipo y método de eliminación | 38-41 |
| USO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS | |
| GRI 303-5 Consumo de agua | 40 |
| GRI 302-1: Consumo energético dentro de la organización | 40 |
| GRI 301-1: Materiales utilizados por peso o volumen | 39-40 |
| 7.- COMPROMISO CON LA SOCIEDAD | Nº PÁGINA |
| COMPROMISO CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE | |
| GRI 413-1: Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo | 41 |
| RELACIÓN CON NUESTROS CLIENTES | |
| GRI 416-1: Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios | 44 |

| | |
|---|------------------|
| RELACIÓN CON NUESTROS PROVEEDORES | |
| GRI 102-9 Descripción de la cadena de suministro | 46-47 |
| GRI 204-1: Prácticas de adquisición. Proporción de gasto en proveedores locales | 46 -47 |
| INFORMACIÓN FISCAL | |
| GRI 201-4: Asistencia financiera o recibida del gobierno | 47 |
| 8.- RESPETO A LOS DERECHOS HUMANOS | Nº PÁGINA |
| GRI 406-1: Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas | 48 |

Informacion General

Información corporativa

Fundada en el año 2000, Salesland es una **multinacional de referencia en el sector del outsourcing comercial** con presencia en 7 países, especializada en externalización de equipos de ventas a medida y procesos comerciales. Ofrece un servicio global basado en las nuevas tecnologías que cubre todos los ámbitos de la venta directa e indirecta (**Fuerza de Ventas, Punto de Venta, Venta Remota, Digital y Brands Soluciones de Marketing**), acelerando el crecimiento en ventas de sus clientes y optimizando la rentabilidad de su negocio.

Cuenta con un equipo de profesionales con amplia experiencia en múltiples sectores que permite cumplir con los objetivos de sus clientes a la vez que aporta un valor diferencial en cada proyecto. Actualmente, Salesland tiene **más de 11.000 empleados** repartidos entre sus sedes de **España, Portugal, Perú, Chile, Colombia, México, Ecuador y Centroamérica**.



Sede central de Salesland:

Calle Rufino González, 40, 28037, Madrid.

www.salesland.net

Contacto: 91 7489080 / salesland@salesland.net

