

Informe Anual 2010

El Corte Inglés





RED ESPAÑOLA DE PACTO MUNDIAL
C/ Núñez de Balboa 116, 5ª planta, puerta 27
28006 – MADRID

Madrid, 28.10.2011

Muy Sres. míos,

Tengo el honor de ratificar nuestra firme adhesión a los Principios de Pacto Mundial y nuestro deseo de renovar el compromiso adquirido en el año 2002 de apoyar y promover los principios éticos y de respeto a los derechos humanos, laborales y medioambientales que integran el Pacto Mundial.

Prueba de ello es la mención expresa de esta Adhesión en nuestro Compromiso Ético (que han de firmar todos nuestros proveedores); la referencia a ello, año tras año, en el Capítulo de Responsabilidad Social contenido en el Informe Anual de El Corte Inglés, y la participación tanto en los eventos que organiza la Red Española de Pacto Mundial, como en el Consejo Estatal de Responsabilidad Social, Organismo dependiente del Ministerio de Trabajo y en el que El Corte Inglés está presente tanto en el Pleno como en la Comisión Permanente.

En el ejercicio 2010/2011, El Corte Inglés ha incrementado sus acciones en materia de Responsabilidad Social Empresarial destacando, entre otras, las siguientes:

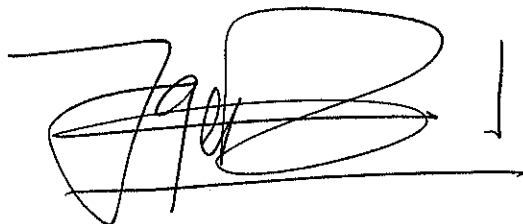
- El avance en la consolidación de un enfoque unificado de la responsabilidad en toda la cadena de suministro, que se refleja en el significativo incremento de las auditorías de proveedores de terceros países, consecuencia de nuestra adhesión a BSCI y las acciones de ayuda y promoción mediante la adopción de un plan de medidas correctoras y plazos concretos, para aquellos proveedores cuya auditoría revela incumplimientos.

- *El compromiso continuado en la mejora de nuestros productos y artículos a la venta, siendo un buen ejemplo que, en el Ejercicio 2010, El Corte Inglés ha puesto en marcha un proceso para dejar de comercializar prendas vaqueras con acabado "sandblasting", sustituyéndolo por medios alternativos.*
- *Las acciones basadas en programas integrados de desarrollo, lo que nos ha llevado a sumarnos al programa "Cotton Made in África", una iniciativa de la Fundación Aid by Trade, cuyo fin es mejorar las condiciones sociales en África al tiempo que se protege el medio ambiente y los recursos naturales. A tal efecto se ha realizado una primera experiencia con prendas fabricadas 100% con algodón procedente de este programa, con un objetivo de incrementar el número de prendas.*
- *La implicación directa y transversal de los Principios dentro del desarrollo del negocio. Así, en diciembre de 2010 El Comité de Responsabilidad Social Empresarial de EL Corte Inglés aprobó el documento de "Política de Compra responsable y sostenible de productos pesqueros", cuyo objetivo es la pervivencia de las especies marinas y la continuidad de todas las industrias relacionadas con la pesca, mediante la colaboración con nuestros proveedores para evitar capturas procedentes de zonas sobreexplotadas, así como de especies en peligro o protegidas.*
- *Con ese mismo sentido, en el ejercicio 2011 se asumió un compromiso por la reducción de la utilización de bolsas de plástico, por medio de campañas de sensibilización a nuestro personal, información a nuestros clientes y cobro de las bolsas de plástico en las áreas de alimentación, es decir, supermercado de El Corte Inglés, Hipercor, Supercor y Opencor. Las bolsas utilizadas actualmente están certificadas con la norma UNE 53942.*
- *También en este año, se ha acometido un programa específico de formación y sensibilización a todos los trabajadores y mandos de la empresa en materia de igualdad, en cumplimiento de los compromisos de desarrollo del vigente Plan de Igualdad de El Corte Inglés, S.A.*

- El Grupo El Corte Inglés se ha adherido al Código de Buenas Prácticas Tributarias, con el objetivo de conseguir una mayor seguridad jurídica, una cooperación recíproca basada en la buena fe y confianza entre la Agencia Tributaria y las empresas y la aplicación de políticas fiscales responsables.

Asumimos como propios los principios éticos y de respeto de los derechos humanos, laborales y medioambientales que integran el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Aprovecho la ocasión para saludarles muy atentamente y acompañarles el último informe de Responsabilidad Social, al que se ha hecho referencia.



Fdo: D. Jorge Pont Sánchez
Adjunto al Presidente

Responsabilidad Social Empresarial

El cliente.....	64
Capital humano.....	72
Los proveedores.....	82
Medio ambiente.....	86
Integración en la sociedad.....	90
Fundación Ramón Areces.....	94
Aportación a la Renta Nacional.....	96



LOS PRINCIPIOS DE NUESTRA CULTURA CORPORATIVA

Comportamiento ético y responsable en todos los ámbitos de actuación de la compañía, lo que genera confianza y consolida nuestra reputación.

Servicio y calidad con una oferta comercial amplia y diferenciada que nos permite mantener el crecimiento empresarial de nuestro modelo de negocio.

Relación constante y fluida con todos nuestros grupos de interés: clientes, empleados, proveedores, accionistas, competidores, organizaciones sociales, instituciones públicas y privadas, y sociedad en general.

Compromiso de respeto al medio ambiente que repercute en los diferentes ámbitos de nuestra actividad empresarial.

El Grupo El Corte Inglés ha mantenido desde sus orígenes un modelo empresarial sustentado sobre una serie de principios éticos y responsables, de compromiso con el cliente, de respeto hacia los empleados y de vinculación con la sociedad. En este marco se ha desarrollado toda su estrategia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), concebida como un fundamento básico de su gestión e integrada en el propio modelo de negocio.

Estos principios se han mantenido a lo largo de los años como ejes fundamentales y como un compromiso de la empresa consigo misma, al tiempo que se han adoptado actuaciones empresariales acordes con las nuevas tendencias y metodologías que conlleva la RSE. Este es, precisamente, uno de los grandes logros del Grupo El Corte Inglés, su capacidad de adaptación continua a las nuevas demandas y necesidades de la sociedad en todos sus ámbitos de actuación.

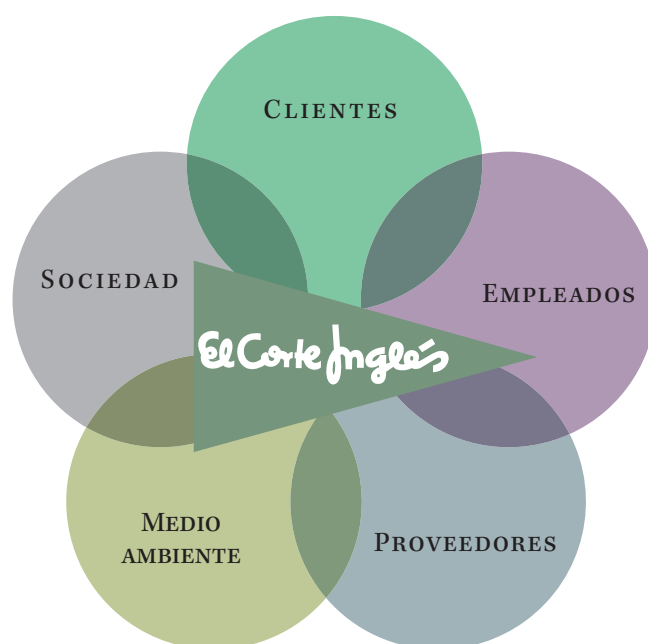
En este sentido, el Grupo considera que la RSE debe implicar a toda la organización en su conjunto, para lo cual existe un Comité de Responsabilidad Social que está integrado por la dirección y en el que están

representadas todas las áreas estratégicas y de gestión. De este modo, se garantiza que los principios de una empresa socialmente responsable están extendidos a todos los niveles de la organización.

Para ello se han constituido también varios grupos de trabajo interdisciplinares que trabajan en diferentes materias relacionadas con la RSE con el objetivo de facilitar al Comité de Responsabilidad Social la toma de decisiones.

El objetivo final es avanzar en la mejora constante de la excelencia empresarial, al mismo tiempo que aunamos nuestro objetivo de crecimiento y de consecución de beneficios con el cumplimiento de los compromisos éticos, sociales y medioambientales a los que nos sentimos vinculados.

Como consecuencia de todo ello, El Corte Inglés está adherido al Pacto Mundial de Naciones Unidas, lo que supone asumir como propios todos los principios éticos y de respeto a los derechos humanos, laborales y medioambientales que integran este código internacional.



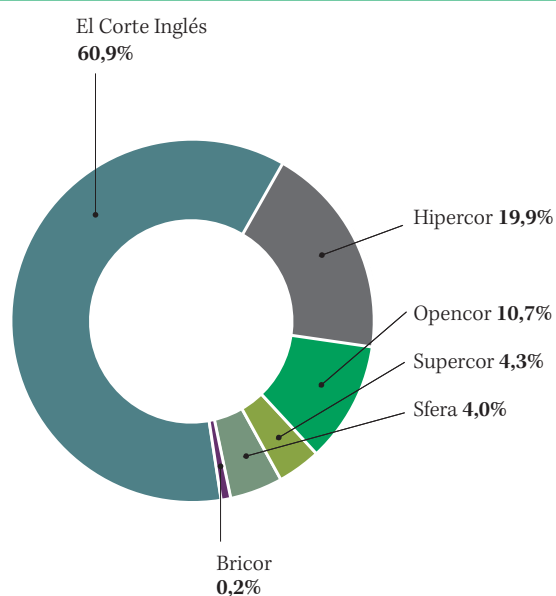
El cliente

El cliente es el centro y la razón de ser de nuestro modelo de negocio. Toda la estrategia comercial se piensa en función del cliente, de sus necesidades y de su satisfacción. El Grupo El Corte Inglés mantiene una política de constante adaptación a las nuevas demandas de la sociedad y por ello es capaz de responder a las tendencias que van surgiendo en cada momento con productos y servicios innovadores, con propuestas comerciales de calidad, velando por la seguridad del producto y generando confianza entre nuestros clientes.

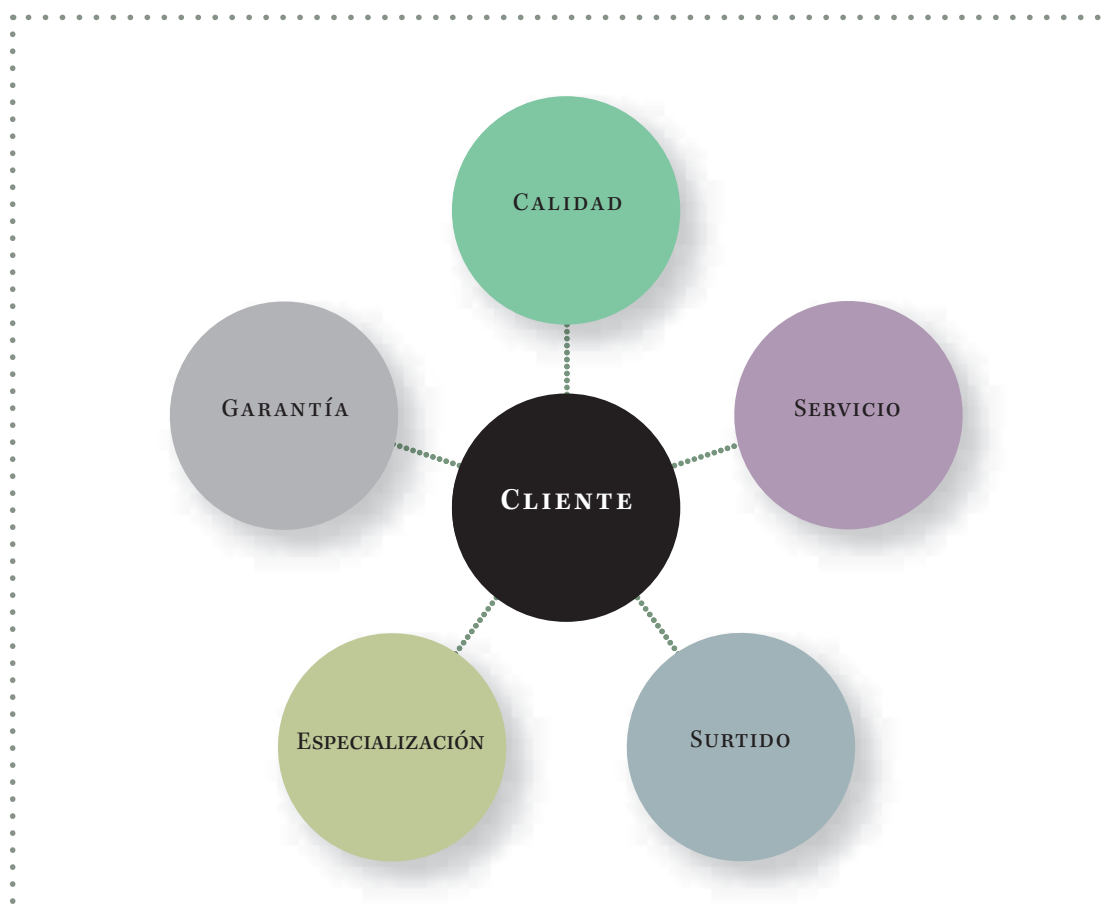
Esa muestra de confianza nos reafirma en nuestros esfuerzos y compromisos que alcanzan su mayor exponente en nuestro lema: “Si no queda satisfecho, le devolvemos su dinero”.



AFLUENCIA DE CLIENTES A LOS CENTROS *Por formatos*



Gracias a esta estrecha relación que mantenemos con el cliente, durante el ejercicio 2010 recibimos alrededor de 648 millones de visitas en todas nuestras tiendas. También es significativo el número de usuarios que poseen la tarjeta de compra El Corte Inglés que, a 31 de diciembre de 2010, se situaba en 11,18 millones de personas, lo que supone un incremento del 1,9% respecto al año anterior.



NUESTROS COMPROMISOS CON EL CLIENTE

CALIDAD. Trabajamos para que la calidad esté presente en todos nuestros ámbitos de actuación, desde el producto y servicio que el cliente encuentra en nuestros establecimientos comerciales, hasta el entorno comercial y las instalaciones que le ofrecemos. Queremos que haya calidad en alimentación, moda, hogar, electrónica de consumo, artículos de ocio y deporte, y en todo aquello que el cliente pueda encontrar en nuestros establecimientos comerciales.

SERVICIO. Mantenemos el compromiso de una atención personalizada al mismo tiempo que el cliente tiene libertad de movimiento por la tienda; de esta forma, respetamos su deseo de ser atendido por nuestros profesionales en el momento que lo requiera sin perder intimidad ni libertad de actuación. A ello se suma la amplia gama de servicios que ofrece El Corte Inglés.

SURTIDO. Somos un gran escaparate donde tiene cabida todo tipo de productos y marcas. Queremos que nuestros clientes tengan libertad de elección y nos empeñamos en no limitar sus posibilidades; para ello ofrecemos una gran variedad de productos y servicios adecuados a todos los gustos, necesidades y opciones económicas.

ESPECIALIZACIÓN. Por surtido y preparación de nuestros profesionales, somos especialistas en todas aquellas áreas que trabajamos. Somos especialistas en moda, en decoración, en alimentación, en viajes, en soluciones informáticas, en óptica, en seguros, en bricolaje...

GARANTÍA. Este compromiso es un compendio de todo lo anterior, ya que con él garantizamos el producto y servicio que ofrecemos al cliente; esta garantía le permite confiar en nosotros y afianzar esa relación de mutua confianza que mantenemos con nuestros clientes.



La comunicación con el cliente

Escuchamos a nuestros clientes con el fin de poder cumplir con sus expectativas y ofrecerles aquello que necesitan. Nos preocupa lo que piensan y lo que opinan, y por eso mantenemos abiertos diferentes canales de comunicación. Además de la atención directa y personalizada que encuentra en nuestros establecimientos, el cliente también tiene abiertas otras vías de comunicación a través de nuestras páginas web, mediante el correo electrónico, por vía telefónica, con SMS o por correo ordinario.

Durante el ejercicio 2010 la web de El Corte Inglés recibió más de 103 millones de visitas, con un incremento del 5,2% sobre el año anterior. También tiene 2,9 millones de usuarios registrados y 29 tiendas propias.

UNA RELACIÓN ABIERTA

Para aquellos casos que requieren de una comunicación personalizada, El Corte Inglés recurre a la vía más adecuada en cada caso. Tenemos una relación directa y de doble dirección con nuestros clientes.

En 2010 se contabilizaron:

- 3,9 millones de consultas telefónicas
- 9,2 millones de llamadas telefónicas realizadas a clientes
- 47.500 consultas recibidas a través del correo electrónico
- 539.000 mensajes enviados a móviles de clientes

Además de la web de El Corte Inglés, también contamos con páginas específicas de otras líneas de negocio como Hipercor, Opencor o Bricor cada una de las cuales ofrece aquello que demandan sus clientes, desde información sobre ofertas o promociones de productos hasta guías didácticas que muestran cómo construir algo o cómo utilizar una determinada herramienta. Hay que añadir algunas web educativas y de orientación familiar como www.pitiflu.es que, dirigida al público infantil, ha experimentado un amplio desarrollo en el ejercicio 2010 con juegos para niños e información sobre actividades que se desarrollan tanto fuera como dentro de nuestros establecimientos comerciales.

También la comunicación publicitaria responde a las expectativas de una empresa socialmente responsable. La Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol), que vela por la ética y la lealtad publicitaria en beneficio de los consumidores, ha expedido a El Corte Inglés un certificado de responsabilidad social corporativa por sus prácticas habituales en el marco de la publicidad.

Durante el ejercicio 2010 la web de El Corte Inglés recibió más de 103 millones de visitas, con un incremento del 5,2% sobre el año anterior. También tiene 2,9 millones de usuarios registrados y 29 tiendas propias



Un cuidado especial hacia las minorías

Nuestro modelo de negocio nos permite dirigirnos a todo tipo de clientes con independencia de su edad, sexo, gustos o capacidad económica, ya que en nuestros establecimientos contamos con una extensa gama de productos. Esta vocación universal y plural nos permite también prestar una atención especial a todos aquellos colectivos que requieren de unos productos o servicios específicos y adaptados a sus necesidades.

En moda, por ejemplo, contamos con un amplio abanico de tallas, incluidas las tallas especiales y las *petite*. Y en alimentación trabajamos para que las personas que padecen algún tipo de intolerancia, cuenten con un surtido de productos cada vez mayor y mejor identificados.

En el ejercicio 2010 se ha hecho un gran esfuerzo por ampliar el número de referencias de productos aptos para celíacos hasta casi alcanzar las 2.200. Además, se ha puesto en marcha un proyecto para incluir una señalización específica que sirva para identificar de forma rápida e intuitiva los productos sin gluten, tanto de marcas propias del Grupo El Corte Inglés (Special Line cuenta con 27 referencias específicas) como de productos de otras marcas. Para esta iniciativa, que se desarrollará en todos los departamentos de alimentación del Grupo, se ha contado con el asesoramiento y la colaboración de la Federación de Asociaciones de Celíacos de España.

INFORMACIÓN SOBRE LOS ALÉRGENOS

Cada vez hay más personas que sufren alergias o presentan algún tipo de sensibilidad hacia determinado tipo de productos. Por ello, estamos trabajando para aportar en el etiquetado de nuestras marcas propias una mayor información sobre los alérgenos. Se trata de una tabla estándar y visible que permitirá identificar los distintos alérgenos que puede contener el producto. ■



Nuestros supermercados ofrecen también más de 1.100 referencias de productos ecológicos tanto frescos como envasados y unas 320 referencias de productos bajos en grasas y/o sal. Además, se han ampliado la gama de productos sin lactosa, los específicos para diabéticos y los *free from* (dietéticos que no contienen gluten, lactosa, huevos ni trazas de frutos secos).

En nuestros lineales se pueden encontrar productos de comercio justo, especialmente café, té, chocolates, mermeladas, confituras, galletas, arroz e incluso turrone; nuestro principal suministrador es la ONG Intermón Oxfam, pero contamos con otros proveedores.



Asimismo, respetamos las minorías culturales y por ello incluimos en nuestros supermercados productos dirigidos a colectivos específicos (productos kosher, halal, tex-mex, orientales, etc.). En conjunto superan las 960 referencias.



En 2010 se ha hecho un gran esfuerzo por ampliar el número de referencias de productos aptos para celiacos hasta casi alcanzar las 2.200. Además, se ha puesto en marcha un proyecto para incluir una señalización específica que sirva para identificar de forma más rápida e intuitiva los productos sin gluten

Seguridad del producto

El Corte Inglés es una empresa responsable que vigila para garantizar la calidad y seguridad de los productos que comercializa. Durante el ejercicio 2010 se han incrementado los controles de calidad, en especial de los artículos importados de países terceros.

En textil, se han mejorado los protocolos de actuación y análisis en todas las fases del proceso con el fin de garantizar la seguridad de las prendas. En estos desarrollos han trabajado tanto nuestro propio laboratorio de control de calidad, como AITEX, Instituto Tecnológico Textil con sede en Alcoy (Alicante) con quien se colabora desde hace dos años.

Al comienzo de 2011 también se ha puesto en marcha un protocolo de similares características para las distintas categorías de juguetes. Para ello se ha firmado un acuerdo con AIJU, Instituto de Investigación del Juguete con sede en Ibi (Alicante), cuyo objetivo es realizar controles adicionales a todos los proveedores de países terceros, lo que supone ir más allá de lo exigido por la Declaración de Conformidad y la Directiva Europea de Seguridad del Juguete.



En el ámbito de la alimentación, el Comité de Calidad Alimentaria ha seguido impulsando nuevos proyectos que garanticen el máximo grado de confianza de nuestros clientes: planes de formación continua del personal manipulador de alimentos, auditorías, nuevos protocolos de seguridad exigidos a los proveedores, etc. Para todo ello, el Grupo cuenta con su propio laboratorio de control de calidad alimentaria y con los análisis que se encargan a terceros. Durante el ejercicio 2010 se han realizado más de 9.000 análisis y se ha avanzado en la trazabilidad del producto lo que permite conocer toda su trayectoria desde el origen hasta el destino final.

Por último, el Grupo El Corte Inglés hace un seguimiento diario de las alertas de consumo que le llegan tanto a través de la red RAPEX de la Unión Europea como de las diversas comunidades autónomas, canalizadas por el Instituto Nacional de Consumo, con el fin de actuar de forma rápida y eficiente ante cualquier incidencia.

El Comité de Calidad Alimentaria ha impulsado nuevos proyectos que garanticen al máximo la confianza de nuestros clientes: planes de formación continua para el personal manipulador de alimentos, auditorías, nuevos protocolos de seguridad exigidos a los proveedores, etc.

BARÓMETRO DE SATISFACCIÓN

El principal objetivo del Grupo El Corte Inglés es la satisfacción del cliente. Por ello nos hemos dotado de una serie de herramientas internas que nos permiten conocer su grado de satisfacción y establecer líneas de mejora continua con el fin de alcanzar la excelencia.

Contamos con un barómetro semestral que se elabora a partir de las encuestas que se realizan a nuestros clientes. Durante el ejercicio 2010 se efectuaron más de 195.000. ■

Capital humano

Principales cifras:

- Plantilla media a jornada completa: 90.836 personas
- Empleo total al cierre del ejercicio: 102.699 personas
 - 63% son mujeres y el 37% hombres
 - 91% tienen contrato fijo
 - 72% trabajan a jornada completa
 - 38 años de edad media y 12 de antigüedad media
- 10.496 cursos presenciales, con una media de 11 alumnos y de 13 horas por curso
- 528 personas fueron promocionadas a puestos de mayor responsabilidad

La situación socioeconómica actual y la necesidad de incrementar la competitividad, nos hace impulsar la motivación de nuestro personal y su compromiso con nuestro modelo de negocio. En esta estrategia de gestión del talento es imprescindible el liderazgo de nuestros mandos.

Asimismo, la crisis actual conlleva procesos de cambio y transformación que se deben afrontar como una oportunidad de mejora, llevándonos a revisar los hábitos de trabajo y rutinas establecidas, con el fin de conseguir sinergias y una mayor polivalencia de las funciones. En esta línea, hemos emprendido durante el ejercicio una serie de procesos de adaptación de nuestra plantilla con el fin de obtener una mayor eficacia y flexibilidad organizativa.

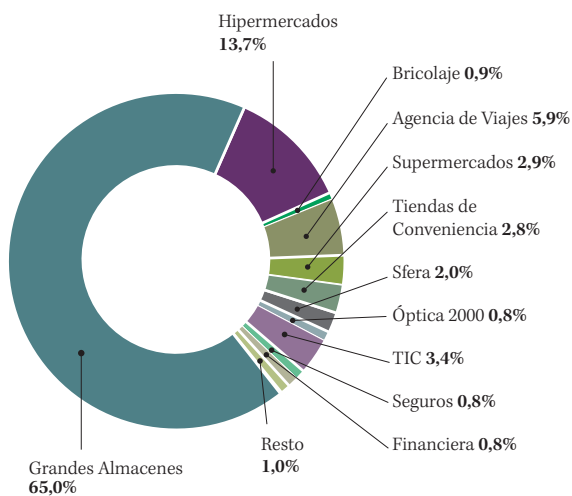


El Grupo El Corte Inglés contó durante el ejercicio 2010 con una plantilla media (transformada a jornada completa) de 90.836 personas, lo que supone 596 más que en el ejercicio anterior. El empleo total al cierre del ejercicio era de 102.699 personas. Todo ello demuestra que, dentro de una coyuntura económica incierta, seguimos apostando por un empleo estable.

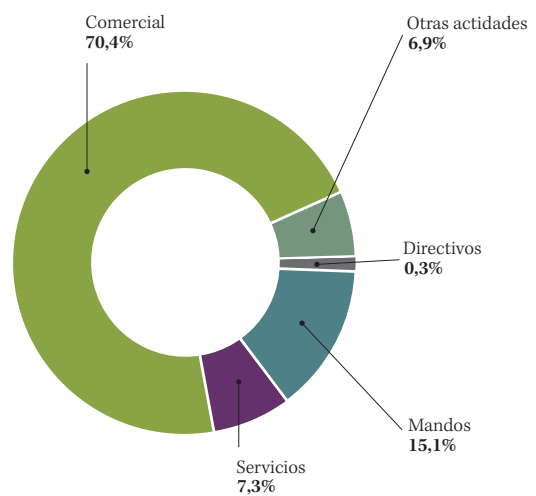
Una de las características más notable de nuestra plantilla es la gran variedad de perfiles profesionales debido a la diversificación de nuestra actividad. En los siguientes gráficos se refleja la distribución de la plantilla del Grupo en función de diversos parámetros:

DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL

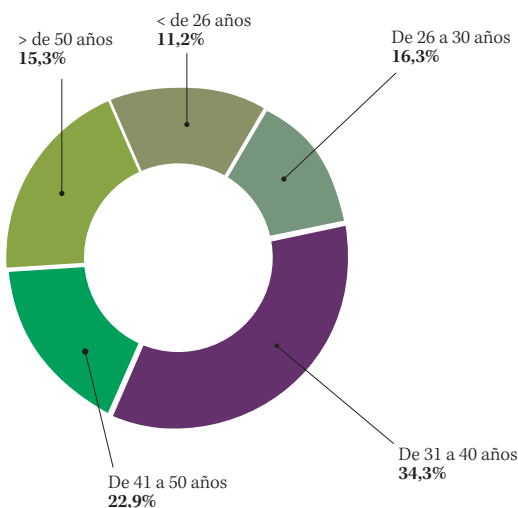
POR LÍNEAS DE NEGOCIO



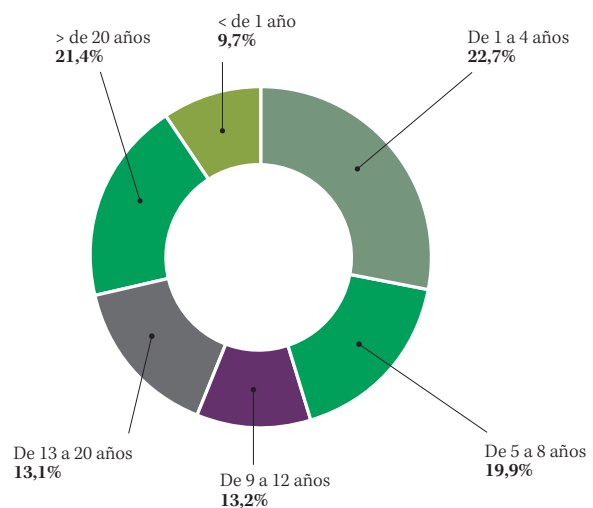
POR GRUPOS DE ACTIVIDAD



POR INTERVALOS DE EDAD



POR INTERVALOS DE ANTIGÜEDAD



Selección y formación

Durante el ejercicio 2010 la actividad de selección de personal se ha dirigido principalmente a la búsqueda y contratación de profesionales para las nuevas aperturas de centros comerciales. Sin olvidar las tiendas de menor tamaño, merecen destacar por su mayor volumen, los procesos de selección realizados para El Corte Inglés e Hipercor de El Ejido (Almería), y para el centro de El Corte Inglés de Tarragona, a los que hay que añadir los establecimientos de Bricor en Los Barrios y Jerez (ambos en la provincia de Cádiz). También se ha trabajado en la selección de personal para el Centro Marineda City en A Coruña, cuya apertura se ha realizado en el ejercicio 2011.

Además, se han seguido atendiendo las necesidades de contratación de los centros ya en funcionamiento con el fin de garantizar la adecuada atención a nuestros clientes.

Los colectivos con mayor dificultad de inserción profesional son objeto de atención por parte del Grupo a través de acuerdos con organismos públicos y organizaciones especializadas. También se ha continuado la colaboración con universidades, institutos y centros de formación profesional para la realización de prácticas profesionales en nuestra empresa.

La formación es uno de los aspectos fundamentales en el área de Recursos Humanos. De hecho, en 2010 se han realizado un total de 10.496 cursos presenciales, lo que supone un incremento del 14,4% sobre el ejercicio anterior, y un total de 317.371 horas de formación tanto en el aula como *on-line*, un 18% más que el año precedente.



En el ejercicio 2010 los esfuerzos se han centrado en la profesionalización y especialización del personal de venta de las diferentes empresas del Grupo. En este sentido, cabe desatacar dos ámbitos de actuación: la formación de inicio para el personal que se incorpora a la empresa (sobre todo con la apertura de nuevos centros), y la formación continua para la especialización y mejora constante de nuestros profesionales.

Este último ámbito supone el 85% de nuestra actividad formadora que se centra sobre todo en el conocimiento del producto y procesos administrativos y de gestión, con el objetivo de aportar valor a la actuación diaria de nuestros profesionales. Por su parte, la formación de inicio, que representa el 15%

de nuestra actividad, permite que las personas que se incorporan a nuestros centros conozcan nuestros estándares de actuación ante los clientes.

El proceso de formación conlleva tanto las enseñanzas impartidas dentro del aula, como la formación en el puesto de trabajo; sólo en este último apartado los instructores han realizado más de 5.000 horas de actividad, garantizando así que los conocimientos adquiridos previamente se trasladen a la actividad comercial diaria.

También ha aumentado la formación *on-line* impartida a través de la plataforma de formación a distancia Aul@Eci, cuyo objetivo es ganar en flexibilidad, rapidez y operatividad.

Estos son los datos más significativos del ejercicio:

Contenidos	Cursos	Horas	Alumnos
Formación Presencial			
Mandos	558	10.806	6.704
Producto y oficios	5.449	66.874	47.966
Comercial y marketing	1.793	35.400	25.337
Administración e informática	2.532	21.762	29.052
Otros	164	5.013	2.526
TOTAL F. PRESENCIAL	10.496	139.855	111.585
Formación <i>on-line</i>	-	177.516	230.146
TOTAL	10.496	317.371	341.731

Duración media de los cursos	13,3 horas
Nº medio de alumnos por curso	10,6
Índice de rotación (formación presencial)	1,1
Índice de rotación (total)	3,3

Promoción y reconocimiento

La evolución de nuestro Grupo va ligada al desarrollo de las personas que lo integran. Por ello contamos con un sistema de evaluación del desempeño que motiva y estimula al empleado apoyando su crecimiento profesional y personal.

En este sentido, en 2010 hubo 528 personas que fueron promocionadas a puestos de mayor responsabilidad.

Otra forma de vinculación del Grupo con su personal es la imposición anual de emblemas a las personas que cumplen 25 y 15 años de servicio, habiéndose entregado 1.295 emblemas de oro y 3.700 de plata, respectivamente. Es una manera de premiar la fidelidad y constancia que refuerzan nuestra cultura.

El proceso de formación conlleva tanto las enseñanzas impartidas dentro del aula, como la formación en el puesto de trabajo; sólo en este último ámbito los instructores han realizado más de 5.000 horas de actividad



Relaciones laborales

Durante los meses de octubre y noviembre de 2010 se ha desarrollado en diferentes empresas del Grupo encuadradas en ANGED, el proceso para la elección o renovación de los órganos de representación de los trabajadores (comités de empresa y delegados de personal), según la legislación vigente.

El proceso electoral llevado a cabo en la gran mayoría de los centros de trabajo de dichas empresas concluyó con la elección o la renovación de cerca de 200 órganos de representación de los trabajadores en el Grupo El Corte Inglés. Esto ha supuesto un total de unos 1.800 representantes de los trabajadores elegidos en dicho ámbito. Hay que destacar el esfuerzo realizado por todas las partes implicadas en los procesos electorales, que se desarrollaron sin incidencias reseñables, así como el alto grado de participación de los trabajadores llamados a votar, que ha estado en torno al 86% del total de los censados.

En el mes de junio de 2010 se procedió a la firma del IV Convenio Colectivo de Tiendas de Conveniencia, que resulta de aplicación a los trabajadores de Opencor y Gespevesa. Dicho convenio contó con el acuerdo unánime de las organizaciones sindicales con presencia en el sector y estará vigente hasta el año 2012. Como principal novedad y en línea con las tendencias más recientes en torno a la negociación colectiva, el convenio introduce fórmulas para vincular los incrementos salariales durante los años de vigencia del mismo al incremento de la productividad de las empresas.

PLANES DE IGUALDAD

Durante el ejercicio 2010 se firmaron los Planes de Igualdad de las empresas Centro de Seguros y Servicios, Tiendas de Conveniencia –Opencor–, Gespevesa e Hipercor.

Ya en 2011 se han firmado los Planes de Igualdad de Seguros El Corte Inglés, Telecor y Financiera El Corte Inglés.

Todos los Planes de Igualdad firmados en el seno del Grupo han sido negociados con la representación legal de los trabajadores y acordados por unanimidad.

En el marco de la política de igualdad de las empresas del Grupo se sigue incidiendo en los aspectos relacionados con el acceso y la promoción profesional, la formación y las mejoras en la conciliación de la vida personal, familiar y laboral. ■

El proceso electoral que se llevó a cabo en 2010 concluyó con la elección o renovación de cerca de 200 órganos de representación de los trabajadores en el Grupo El Corte Inglés. Esto ha supuesto unos 1.800 representantes de la plantilla elegidos en dicho ámbito

Integración y diversidad

Nuestro Grupo continúa promoviendo acciones orientadas a conseguir la integración de las personas con discapacidad en el mundo laboral. Además de la incorporación de personas a nuestra plantilla, se colabora con Centros Especiales de Empleo para la subcontratación de servicios y compra de productos fabricados en dichos centros.

Los datos más significativos en el último ejercicio son:

- Plantilla contratada directamente: 885 personas
- Centros Especiales de Empleo (CEE): 75
- Facturación a CEE: 16,1 millones de euros



SEGURIDAD Y SALUD LABORAL

En el ejercicio 2010 destaca por su trascendencia la realización de la Auditoría Reglamentaria del sistema de prevención, en las empresas integrantes del Servicio de Prevención Mancomunado. En el proceso participaron 475 trabajadores y 86 delegados de prevención, y se auditaron 56 centros, cuyos resultados merecieron en todos los casos la opinión favorable de la empresa auditora.

El Grupo seguirá trabajando en la formación de los mandos y delegados de prevención, en la detección precoz y el tratamiento temprano de cualquier alteración de la salud relacionada con el entorno laboral, y en el desarrollo de una herramienta de coordinación que permita incrementar la vigilancia y control en materia laboral y preventiva. ■

En cuanto a la diversidad cultural e integración de personas con nacionalidad no española, al cierre del ejercicio había en nuestra plantilla algo más de 5.000 procedentes de más de 60 países de todo el mundo, generando un importante intercambio multicultural.

Beneficios sociales

El Grupo El Corte Inglés ofrece a sus empleados una serie de servicios y beneficios sociales entre los que destacan los siguientes:

- Seguro de Vida Colectivo que atiende indemnizaciones por fallecimiento e invalidez permanente absoluta. En este ejercicio, la cuantía por este concepto fue de 5,8 millones de euros.
- Acceso a formación superior a través del Centro de Estudios Universitarios Ramón Areces, exclusivo para los empleados del Grupo. Durante el ejercicio, 723 personas han cursado diversos tipos de estudios, según se refleja en el siguiente cuadro:

Cursos	Alumnos
Licenciaturas	288
Derecho	97
Economía / Administración y Dirección de Empresas	80
Ingeniería en Informática	111
Diplomaturas	293
Ciencias Empresariales y Comerciales	160
Empresas y Actividades Turísticas	133
Máster y otros	23
Acceso a la Universidad	119
TOTAL	723

- Ayudas para hijos de empleados por un total de 2,4 millones de euros:
 - La Comisión Mixta de las Fundaciones César Rodríguez y Ramón Areces ha concedido este año 2.301 ayudas destinadas a estudios de formación profesional, bachillerato y cursos universitarios.
 - También se han concedido un total de 477 ayudas económicas a empleados que tienen hijos con algún tipo de discapacidad.

El Grupo El Corte Inglés ofrece a sus empleados una serie de servicios y beneficios sociales entre los que destacan un seguro de vida colectivo, el acceso a la formación superior a través del Centro de Estudios Universitarios Ramón Areces y las ayudas para hijos de empleados

Asociación de empleados

La asociación Grupo de Empresas El Corte Inglés (GECI) es una organización integrada por empleados y sus familiares cuya finalidad es mejorar la convivencia entre todas las personas que trabajan en el Grupo. Actualmente cuenta con 12.080 socios y 41.953 beneficiarios.

Entre las actividades organizadas por el GECI figuran las deportivas, eventos culturales, recreativos y turísticos, representaciones teatrales, cursos de fotografía, inglés, informática, exposiciones de pintura, artesanía y manualidades. Cabe destacar también las actividades para los más pequeños: campamentos, teatro y las fiestas de carnaval, primavera y Navidad, entre otras.

Pero su actuación va más allá y es la colaboración con causas humanitarias en distintas partes del mundo lo que confiere a esta asociación uno de sus rasgos distintivos. El GECI destina un porcentaje de las cuotas de socio a colaborar con este tipo de acciones.

Durante el ejercicio, se hicieron donaciones a varias ONG para distintos proyectos desarrollados en países desfavorecidos como la creación de escuelas, centros de salud, comedores, pozos de agua, compra de material deportivo, sanitario, medicamentos o ropa.



Los proveedores

La satisfacción de los clientes pasa necesariamente por una adecuada selección de los proveedores con quienes procuramos una estrecha colaboración. Esta relación nos permite avanzar en protocolos internos que garantizan la calidad, la seguridad y el cumplimiento normativo de los productos y servicios que comercializamos. Pero también sienta las bases para asegurar una serie de compromisos sociales que los suministradores deben cumplir.

Durante 2010, ha seguido creciendo el número de proveedores que han asumido y rubricado el compromiso ético que supone el Código de Conducta de BSCI (*Business Social Compliance Initiative*), organización a la que pertenece el Grupo El Corte Inglés desde marzo de 2008. El número de proveedores que han asumido este Código se refleja en el siguiente cuadro:

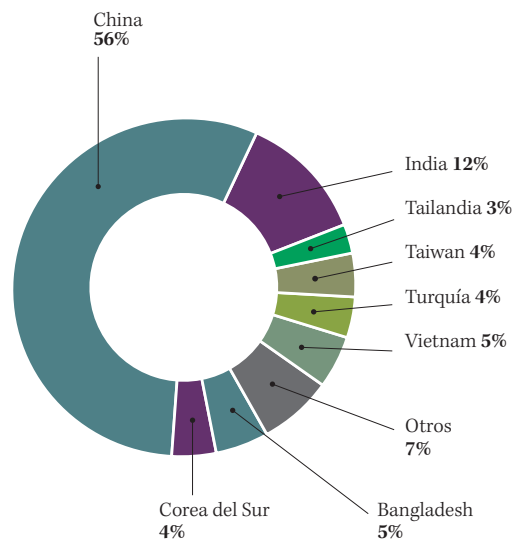
	2010	2009
España	23.464	21.893
Resto de la UE	4.011	3.697
Otros países	1.975	1.763
TOTAL	29.450	27.353

Al adherirse a BSCI, el Grupo El Corte Inglés se obliga a un proceso de auditorías sociales a proveedores directos de países extracomunitarios. El objetivo es que a finales de 2012 se haya auditado a aquellos suministradores que representen al menos dos tercios del volumen de compra en dichos países.

Los proveedores auditados proceden principalmente de Asia, sobre todo de China e India, como se detalla en el gráfico:

PROVEEDORES AUDITADOS

Por países



El sistema se plantea como un proceso de mejora continua del cumplimiento social de los proveedores que les permita en un corto plazo de tiempo, adoptar todos los requisitos del Código de Conducta de BSCI, basados en gran medida en las convenciones fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Los proveedores cuya auditoría inicial revela incumplimientos, reciben un plan de medidas correctoras y plazos concretos para proceder a una revisión de los puntos de inobservancia. El objetivo es que haya una evolución positiva, de modo que el proveedor pueda demostrar que ha corregido sus incumplimientos para poder mantener nuestra confianza.



ELIMINACIÓN DEL 'SANDBLASTING'

En el ejercicio 2010 El Corte Inglés ha puesto en marcha un proceso para dejar de comercializar las prendas vaqueras con acabado de “lavado con chorro de arena” o *sandblasting*, ya que esta técnica puede perjudicar la salud de los trabajadores durante el proceso de fabricación. Para ello y en colaboración con sus proveedores de marca propia, se está sustituyendo este método por otros alternativos.

El objetivo es que este cambio de tratamiento para las prendas vaqueras se extienda a todas las marcas que se comercializan en los centros del Grupo. Numerosas y destacadas firmas han expresado ya su compromiso para eliminar este tipo de técnicas. ■

Los proveedores cuya auditoría social inicial revela incumplimientos, reciben un plan de medidas correctoras y plazos concretos para proceder a una revisión de los puntos de inobservancia. El objetivo es que haya una evolución positiva

Durante este proceso, que puede durar hasta un año, el Grupo El Corte Inglés brinda a sus proveedores la posibilidad de asistir a los seminarios en responsabilidad social y sesiones formativas que BSCI organiza en los principales países suministradores. Durante 2010, numerosos proveedores han participado en los seminarios organizados en Vietnam, China, Turquía y Bangladesh.

El Corte Inglés cuenta con un representante en el Consejo Supervisor de BSCI y participa activamente en las tareas de GSCP (*Global Social Compliance Programme*), es decir, la iniciativa de responsabilidad social de The Consumer Goods Forum.

El Comité de Responsabilidad Social Empresarial del Grupo aprobó una nueva política de pesca responsable y sostenible de productos pesqueros, cuyo objetivo es contribuir a la pervivencia de las especies marinas y a la continuidad de todas las industrias relacionadas con la pesca

PROYECTO "COTTON MADE IN AFRICA"

En el ejercicio 2010 el Grupo El Corte Inglés se ha sumado al programa *Cotton made in Africa*, una iniciativa de la Fundación Aid by Trade cuyo fin es mejorar las condiciones sociales en África al tiempo que se protege el medio ambiente y los recursos naturales. Fomenta el desarrollo de los agricultores de pequeñas explotaciones de algodón, haciéndolas más competitivas a través de la formación y métodos sostenibles de cultivo –sólo utiliza agua de lluvia–, limitando la utilización de pesticidas y aplicando nuevas tecnologías y técnicas de cultivo.

El Corte Inglés ha realizado en 2010 una primera experiencia con prendas fabricadas 100% con algodón procedente de este programa. El objetivo es poder ir incrementando el número de prendas producidas con este algodón. ■



Política de compra responsable de pesca

En diciembre de 2010, el Comité de Responsabilidad Social Empresarial del Grupo aprobó el documento de la nueva política de compra responsable y sostenible de productos pesqueros. El objetivo de esta iniciativa es contribuir a la pervivencia de las especies marinas y a la continuidad de todas las industrias relacionadas con la pesca.

Para ello estamos colaborando con nuestros proveedores para evitar capturas procedentes de poblaciones sobreexplotadas o vulnerables, amenazadas, en peligro o protegidas por los reguladores en las listas oficiales nacionales o internacionales. El Corte Inglés también insta a los suministradores a no utilizar métodos que puedan dañar a otras especies marinas y su hábitat.

Por otro lado, se han mantenido contactos con el Ministerio de Medio Ambiente, Rural y Marino, distintos organismos y ONG para avanzar en estos objetivos a través de distintas vías. Entre éstas, destaca un proyecto con AECOC para mejorar la trazabilidad del pescado desde el barco hasta el consumidor, así como una iniciativa para contar con productos que tienen la certificación MSC (*Marine Stewardship Council*) de pesca sostenible.



Medio ambiente

Durante el ejercicio 2010, el Grupo El Corte Inglés ha continuado trabajando para avanzar en sus compromisos con el medio ambiente y contribuir a la preservación de los recursos naturales.

Debido a todas las medidas que se han llevado a cabo para reducir el consumo de papel, en 2010 se ha evitado la emisión de 522 Tm de CO₂

Materiales

Como empresa de distribución, nuestra actividad demanda un importante consumo de material de embalaje y papel de impresión. En este sentido, trabajamos para buscar alternativas que nos permitan reducir el consumo de este tipo de materiales y conseguir una progresiva sustitución de los envases de un solo uso por otros reutilizables o realizados con materiales fácilmente reciclables.

Para reducir el consumo de bolsas de plástico, se han llevado a cabo diferentes iniciativas como formación específica al personal de venta, información al cliente con el objeto de sensibilizarle y concienciarle sobre la necesidad de un consumo responsable de bolsas de plástico, y el lanzamiento de variados y cómodos modelos de bolsas reutilizables.

El último paso de este proceso se ha dado en el ejercicio 2011 con el cobro de las bolsas de plástico en las áreas de alimentación, es decir, el supermercado de El Corte Inglés, Hipercor, Supercor y Opencor, con el fin de adecuarnos al nuevo marco regulatorio que pretende la eliminación futura de bolsas de plástico. Además, las bolsas utilizadas en estas áreas están certificadas con la norma UNE 53942, que garantiza una mayor durabilidad y, por tanto, propicia su reutilización posterior.

Energía

Otro de los aspectos en los que se ha trabajado es en la reducción del consumo de papel donde se ha conseguido ahorrar más de 200 Tm con medidas como la disminución del gramaje del papel utilizado en oficinas, o la implantación en todo el centro comercial del soporte electrónico para la firma del cliente que paga con tarjeta.

A todo ello hay que añadir un ahorro de 5 millones de páginas no impresas gracias a la utilización de herramientas informáticas para la visualización de informes.

Debido al impulso de todas estas medidas de reducción del papel, solo en el último ejercicio se ha evitado la emisión de 522 Tm de CO₂.

En los últimos años, nuestros centros comerciales se han construido atendiendo a criterios de respeto al medio ambiente en cada uno de los elementos que conforman la edificación. Además, se ha combinado la implantación de placas solares fotovoltaicas con las térmicas, lo que permite a los centros generar tanto energía eléctrica como agua caliente sanitaria o calefacción.

En lo que se refiere al uso de las mejores prácticas disponibles de eficiencia energética, contamos con diferentes y complementarios sistemas de ahorro como programas de encendido y apagado automático, lámparas de bajo consumo y alto rendimiento, implantación de la tecnología más eficiente en climatización..., lo que ha permitido seguir reduciendo el consumo eléctrico en 2010.

Todo ello ha influido también en una reducción de las emisiones de efecto invernadero del 12,9% respecto al año anterior, ya que por nuestra actividad, el mayor impacto proviene del consumo energético.



Paneles solares en El Corte Inglés de Castellana (Madrid).

Agua

El Grupo El Corte Inglés dispone de un Plan de Gestión del Agua que permite fomentar su consumo racional y aprovechar los recursos alternativos. Este plan cuenta con diversos programas específicos de: Gestión, Ahorro, Eficiencia, Reutilización y Control de Vertidos.

Ello, unido a la mejora general de las instalaciones y a los cursos de formación y sensibilización dirigidos al personal y a los clientes, ha permitido una reducción en el consumo de agua de un 8,4% con respecto al año anterior.

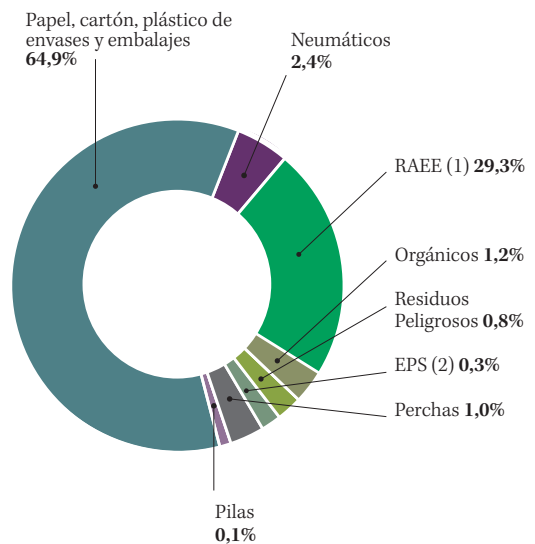
Residuos

La dimensión y tipos de negocio del Grupo hacen necesaria una gestión eficiente de los residuos que provienen tanto de nuestra propia actividad como de la recogida a los clientes. Para ello se lleva a cabo una correcta segregación según la tipología del desecho, reciclando todo aquello que sea posible.

En el gráfico se recogen los principales residuos gestionados en el Grupo y la contribución de cada uno de ellos al total:

RESIDUOS PRODUCIDOS

En el ejercicio 2010



(1) RAEE: Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos.

(2) EPS: Embalajes de poliestireno expandido.

Con todos los procesos de gestión interna y las campañas de recogida de residuos orientadas a clientes, se han reciclado 55.000 Tm durante este ejercicio. Respecto a los residuos procedentes de clientes, el mayor volumen son aparatos eléctricos y electrónicos, de los que se han gestionado más de 16.000 Tm en el ejercicio.

En el ámbito de la concienciación medioambiental ciudadana, se ha llevado a cabo ya en 2011 una actividad formativa en los hipermercados con el fin de enseñar a clientes y consumidores la forma correcta de reciclar bombillas y fluorescentes. Esta iniciativa se realizó en colaboración con AMBILAMP, sistema integrado de gestión para el reciclaje de lámparas.

La mejora general de las instalaciones y los cursos de formación y sensibilización dirigidos al personal y a los clientes, ha permitido reducir el consumo de agua un 8,4% respecto al año anterior



Integración en la sociedad

El Corte Inglés mantiene desde sus orígenes una política de vinculación con la sociedad que le lleva a integrarse en todos aquellos ámbitos de la vida empresarial y social con los que tiene conexión. El Grupo ha cuidado siempre su relación con los agentes y organizaciones sociales, desde las grandes agrupaciones empresariales y sindicales, a representantes de los consumidores, organizaciones no gubernamentales, medios de comunicación y todo tipo de asociaciones y colectivos sociales. Este espíritu de integración con la sociedad se refleja en las numerosas actividades de carácter cultural, deportivo, lúdico y social en las que participa la compañía.

Además, cada uno de nuestros centros comerciales está inmerso en su entorno social compartiendo las inquietudes de los ciudadanos y conociendo sus deseos y preocupaciones con el fin de poder satisfacer esas necesidades.

El Grupo ha cuidado siempre su relación con los agentes y organizaciones sociales, desde las grandes agrupaciones empresariales o los sindicatos, a representantes de los consumidores, organizaciones no gubernamentales, medios de comunicación y todo tipo de asociaciones y colectivos sociales

Colaboración institucional

Por su tamaño, su capacidad para generar empleo y su potencia comercial, El Corte Inglés se convierte allí donde está implantado en un importante miembro del tejido empresarial. Por ello creemos que, de cara a la sociedad que nos acoge, tenemos la obligación de participar en aquellas organizaciones empresariales y sociales en las que tenemos cabida o a las que se nos invita.

Formamos parte de diversas patronales sectoriales y de asociaciones regionales y locales tanto en España como en Portugal, y estamos integrados en el Consejo Estatal de Responsabilidad Social que constituyó el Ministerio de Trabajo e Inmigración.

En el ejercicio 2010 nos hemos incorporado a la Asociación Española para la Calidad y la Association Commerciale Internationale. La primera, con sede en Madrid, pretende promover y facilitar la implantación de sistemas de gestión y mejora de la calidad, el medio ambiente y la responsabilidad social en las empresas y entidades. La segunda, con sede en París, persigue el intercambio de información comercial de carácter no competitivo así como crear sinergias entre las centrales de compra de sus miembros, todos ellos cadenas de grandes almacenes de prestigio.

El siguiente cuadro recoge algunas de las organizaciones a las que están adheridas las empresas del Grupo El Corte Inglés.

Siglas	Organización
ACES	Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados
ACI	Association Commerciale Internationale
ADECOSE	Asociación de Correduría de Seguros
AEC	Asociación Española para la Calidad
AEC	Asociación Española de Empresas de Consultoría
AECO	Asociación Española de Cadenas de Ópticas
AECOC	Asociación Española de Codificación Comercial
AEDISI	Asociación Española de Digital Signage
AETCON	Asociación Española de Cadenas de Tiendas de Conveniencia
AGERS	Asociación Española de Gerencia de Riesgos
AMETIC	Asociación Multisectorial de Empresas de la Electrónica, las Tecnologías de la Información y la Comunicación, de las Telecomunicaciones y de los Contenidos Digitales
ANGED	Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución
AUTELSI	Asociación Española de Usuarios de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información
BSCI	Business Social Compliance Initiative
CEOE	Confederación Española de Organizaciones Empresariales
ERRT	European Retail Round Table
EXCELTUR	Alianza para la Excelencia Turística
GFSI	Global Food Safety Initiative
GSCP	Global Social Compliance Programme
IADS	International Association of Department Stores
INVERCO	Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones
NRF	National Retail Federation (USA)
TCGF	The Consumer Goods Forum
UNAV	Unión Agencias de Viajes
UNESPA	Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS TRIBUTARIAS

El Grupo El Corte Inglés se ha adherido al Código de Buenas Prácticas Tributarias que la Administración española puso en marcha en 2010. Se trata de una serie de recomendaciones, a las que se vinculan voluntariamente las empresas, con el objetivo de mejorar la aplicación del sistema tributario.

Para ello, se incide en tres aspectos: una mayor seguridad jurídica, una cooperación recíproca basada en la buena fe y confianza entre la Agencia Tributaria y las empresas, y la aplicación de políticas fiscales responsables con el conocimiento del Consejo de Administración de las empresas. ■

Vinculación con la sociedad

En conjunto, El Corte Inglés propicia un gran número de acciones que se adecuan a las necesidades del entorno en el que se desarrollan y que abarcan todo tipo de programas y actividades de carácter social, cultural, educativo y deportivo.

Acción social. Una de nuestras principales prioridades, sobre todo en momentos de especial dificultad, es estar cerca de los más necesitados mediante ayudas y colaboraciones que se canalizan a través de diferentes organizaciones e instituciones.

Ayuda al desarrollo. Conscientes de la importancia que tiene la ayuda al desarrollo, hemos intentado propiciar diversas iniciativas y proyectos con organizaciones con las que mantenemos relación desde hace tiempo, como Aldeas Infantiles, Cáritas o Cruz Roja. También colaboramos con otras organizaciones que desarrollan gran parte de su trabajo en países desfavorecidos.



"Por Ser Niñas" campaña con la que El Corte Inglés colabora con PLAN para la protección de la infancia.
(Foto cedida por Plan Internacional en España).

Cultura. El Corte Inglés ha fomentado desde sus orígenes todas aquellas manifestaciones relacionadas con la cultura. Iniciativas ligadas con la literatura, la fotografía, el teatro, el cine, el arte o la historia forman parte de nuestra gama de actividades tanto dentro como fuera de nuestros centros comerciales. En este contexto destacan todas las actividades que realiza Ámbito Cultural de El Corte Inglés, así como los premios que promueve, entre ellos el Premio Primavera de Novela.

Educación. La educación y la enseñanza constituyen las bases del desarrollo futuro de una sociedad y un país, por eso creemos que deben ser objeto de atención prioritaria y mantenida a lo largo del tiempo. Gran parte de nuestras acciones están dirigidas a la educación y formación de niños y adultos.

Deporte. El deporte propicia la relación y la convivencia entre las personas, el trabajo en equipo y otra serie de valores como el espíritu de superación personal, por eso buena parte de nuestras actividades están orientadas hacia el deporte.



32ª Cursa El Corte Inglés, en Barcelona.

Fundación Ramón Areces

La Fundación Ramón Areces, institución privada sin ánimo de lucro y creada en 1976, financia proyectos de investigación científica en los ámbitos de las Ciencias de la Vida y de la Materia, las Ciencias Sociales y las Humanidades; promueve la formación de capital humano, mediante la concesión de becas, y difunde el conocimiento científico, a través de un extenso programa de actividades, que desarrolla, fundamentalmente mediante reuniones científicas, ciclos de conferencias y publicaciones.

La Fundación edita su propia Memoria de Actividades, si bien, por su amplia proyección social, se recoge testimonio de sus actividades dentro de este informe. Igualmente se puede encontrar información en su web www.fundacionareces.es.

En el año 2010 la Fundación Ramón Areces financió 106 proyectos de investigación (78 en el ámbito de las Ciencias de la Vida y de la Materia y 28 en el de las Ciencias Sociales). Las enfermedades raras han sido objeto de una atención preferente dado que la mayoría de ellas carecen por el momento de un tratamiento adecuado. En su conjunto, estas investigaciones han generado 327 artículos en prestigiosas publicaciones científicas; 187 comunicaciones a congresos nacionales y 360 a congresos internacionales.

En el ámbito de la formación de capital humano, la Fundación continuó con su programa de becas de ampliación de estudios en el extranjero. Un total de 106 becarios han disfrutado de este tipo de ayudas en algunas de las universidades y centros de investigación más prestigiosos del mundo.

En cuanto a la difusión del conocimiento, la Fundación organizó un total de 52 actividades en las que participaron como ponentes y conferenciantes 441 expertos (256 nacionales y 185 extranjeros). Las actividades programadas contabilizaron más de 8.000 asistentes. Entre las acciones más destacadas cabe señalar el Seminario Internacional “Más allá de la crisis: el futuro del sistema multilateral”, organizado en colaboración con el Centro de Desarrollo de la OCDE, que reunió a más de veinte destacados expertos y funcionarios internacionales para discutir los escenarios a largo plazo de la economía y las finanzas internacionales y el futuro del sistema global de comercio, finanzas e inversiones. Asimismo, la Fundación prestó especial atención al cáncer y a las nuevas fronteras en disciplinas como la nanotecnología, los fondos marinos y los trasplantes.

En colaboración con la Autoridad Internacional para los Fondos Marinos (ISBA) y los Ministerios de Asuntos Exteriores y Cooperación y de Ciencia e Innovación se organizó el seminario “Los fondos marinos: la nueva frontera” en el que expertos mundiales analizaron los retos a los que se enfrenta la comunidad internacional en la exploración y explotación de los recursos minerales de fondos marinos profundos.

Igualmente destaca la participación de la Fundación junto con El Corte Inglés en el Foro “España innova”, que cuenta con la colaboración institucional del Ministerio de Ciencia e Innovación.

La Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial, con sede en la Universidad de Oviedo, comenzó en 2010 la publicación de una colección de Documentos de Trabajo sobre Distribución Comercial, equivalente a los habituales *working papers* que editan instituciones que realizan tareas investigadoras. Asimismo, en 2010 se graduó la Primera Promoción del Curso Experto en Dirección de Empresas de Distribución Comercial, en el que participaron 24 alumnos. En noviembre de 2010 se inició la segunda edición.

Con el objetivo de conseguir una amplia difusión de las conferencias, entrevistas y simposios organizados por la Fundación, en octubre de 2010 se puso en marcha un canal por Internet (<http://www.fundacionareces.tv>), donde el usuario puede ver en diferido dichos contenidos. Al finalizar el ejercicio 2010 estaban disponibles más de 150 vídeos de conferenciantes de reconocido prestigio internacional así como los resúmenes de simposios y mesas redondas celebradas en la sede de la Fundación a lo largo de los años 2009 y 2010.

En el transcurso de 2010 se publicaron tres nuevos números de “fA, Revista de Ciencias y Humanidades”, uno ordinario y los monográficos: “Los retos económicos para el futuro” y “Más allá de la crisis: el futuro del sistema multilateral”.



Los pioneros en trasplante de cara: Pedro Cavadas, Tomás Gómez Cía, Joan Barret y Rafael Matesanz.

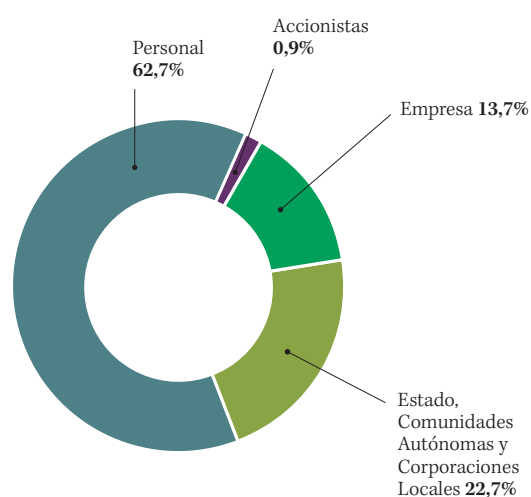
En 2010 la Fundación financió 106 proyectos de investigación, 78 en el ámbito de las Ciencias de la Vida y de la Materia y 28 en el de las Ciencias Sociales

Aportación a la Renta Nacional

En el ejercicio 2010, la aportación a la Renta Nacional por el Grupo de empresas El Corte Inglés fue de 3.852 millones de euros y su composición fue la siguiente:

Concepto	Millones de euros	%
Participación del personal	2.415,95	62,7
Remuneraciones	1.713,73	
Cargas sociales	702,22	
Participación de la empresa	527,31	13,7
Participación de los accionistas	35,44	0,9
Participación del Estado, Comunidades Autónomas y Corporaciones Locales	873,05	22,7
TOTAL	3.851,75	100,0

APORTACIÓN A LA RENTA NACIONAL



RED ESPAÑOLA DE PACTO MUNDIAL
C/ Núñez de Balboa 116, 5ª planta, puerta 27
28006 – MADRID

Madrid, 28.10.2011

Muy Sres. míos,

Como complemento del Informe de RSE, a continuación relacionamos las medidas adoptadas por el Grupo de Empresas de El Corte Inglés en relación con el 10º Principio del Pacto Mundial.

El Grupo de Empresas ha venido prestando el máximo interés a la difusión entre todos los empleados de normas claras y estrictas de funcionamiento que prohíben cualquier trato de favor, aceptación de recompensas o regalos por parte de nuestro personal, provengan estos de clientes o proveedores.

Estos principios se reflejan tanto en la Normativa Interna que se facilita a toda persona que se incorpora a la organización, como en el propio Convenio Colectivo, que lo regula dentro de las medidas disciplinarias.

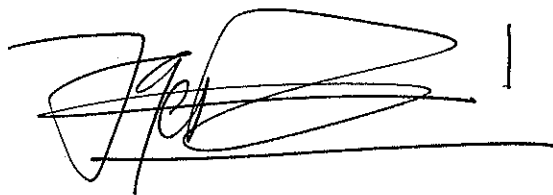
Especial exigencia se tiene en el marco de las operaciones de adquisición de mercancías y servicios nacionales y, sobre todo, en países extranjeros, con el fin de garantizar unas condiciones objetivas de adquisición y el estricto cumplimiento de la Normativa Interna mencionada.

A estos efectos, y dentro del avance que se postula en estas materias, se ha procedido a implantar en 2010 unas condiciones generales de compras que han de respetarse para la validez de la operación, y que contemplan múltiples requisitos y controles de calidad y responsabilidad sobre la operación, proveedor y producto final, de especial exigencia en adquisiciones internacionales.

En cuanto a la contratación de los servicios, se promueve la presentación de ofertas de varios operadores, para controlar y comparar condiciones.

Por último, respecto al tratamiento de las operaciones con Administraciones Públicas, existe una División específica que promueve la contratación, con estricta sujeción a las bases de los concursos publicados para ello y un riguroso respeto de la Normativa Interna. La estructura organizativa implantada permite que toda operación acordada por una persona, haya de ser supervisada y aceptada mediante la intervención de otra u otras, a fin de contrastar el cumplimiento y veracidad de las condiciones acordadas. En cuanto a la contratación internacional con Gobiernos o Administraciones, no existen pautas específicas al no estar interviniendo en este tipo de operaciones.

Atentamente,



Fdo: D. Jorge Pont Sánchez
Adjunto al Presidente

