

*Cooperar es ganar
para compartir*



MEMORIA DE
SOSTENIBILIDAD
2011

 **consum**
COOPERATIVA

*Cooperar es ganar
para compartir*

MEMORIA DE
SOSTENIBILIDAD
2011





/ Cooperar
es hacer futuro



0 **COOPERAR ES CONSTRUIR** **6**

Carta del Presidente, Francesc Llobell
Carta del Director General, Juan Luis Durich

1 **COOPERAR ES COMPROMETERSE** **14**

Órganos de representación y gestión
Presentación
Perfil, alcance y cobertura de la Memoria
Misión, visión y valores
Política de sostenibilidad
Grupos de interés
Impactos, riesgos y oportunidades de sostenibilidad
Desarrollo estratégico

2 **COOPERAR ES SER COMPETENTES** **30**

Las cifras
Las tiendas
Red logística
Los proveedores
El producto
Calidad y seguridad alimentaria
Marketing responsable e innovación

3 **COOPERAR ES HACER DE UN GESTO UN COMPROMISO** 46

Política y gestión ambiental
Recursos naturales
Emisiones, vertidos y residuos

4 **COOPERAR ES GANAR PARA COMPARTIR** 60

Con las personas trabajadoras

Participación
Conciliación de la vida personal y profesional
Igualdad de oportunidades
Formación y mejora continua
Seguridad y salud laboral

Con los socios consumidores y clientes

Información al consumidor
Satisfacción de los socios-clientes
Programa para los socios-clientes

Con la sociedad

Colaboraciones solidarias
Integración en el entorno

5 **COOPERAR ES ESTAR CADA VEZ MÁS CERCA** 98

Red de tiendas

6 **COOPERAR ES SER SOSTENIBLES Y COMUNICARLO** 116

Indicadores de sostenibilidad
Verificación



0/ Cooperar es construir





Francesc Llobell
Presidente

Carta del Presidente

(1.1 2.10 ES 1.1)

Es una satisfacción para mí hacer balance del pasado ejercicio a través de esta sexta Memoria de Sostenibilidad que pone de manifiesto nuestro firme compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como un elemento ligado a nuestra gestión de forma transversal, actuando a través de la economía, la sociedad y el medio ambiente. Somos una empresa comprometida y cooperadora, que trabaja con calidad en cada comunidad en la que estamos presentes, como se refleja en este informe.

Cuando se trabaja con esfuerzo y constancia se pueden conseguir los objetivos. En Consum sabemos crecer y crecemos de manera orgánica, inteligente y con el foco puesto en las personas. El 2012, declarado por la UNESCO como Año Internacional de las Cooperativas, debe ser un año de reflexión en un momento en el que el propio capitalismo se cuestiona, y en el que el sistema vuelve la vista a las personas, que es, desde su origen, la razón de ser de las cooperativas.

También es motivo de satisfacción la adhesión de Consum en 2011 al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, por el que nuestra Cooperativa se compromete a respetar sus diez principios cuyo objetivo es la defensa de los derechos humanos, laborales, medioambientales y la ética en las empresas. Principios que las cooperativas en general, y Consum en particular, asumen desde su constitución, contribuyendo al desarrollo sostenible de su entorno. Estos principios son los que sin duda nos han hecho merecedores de tres galardones en el ejercicio 2011, en el mes de abril Consum recibió el Premio Estrategia del Club de Marketing Valencia; en octubre, recibió el Primer Premio Conciliación de la vida laboral y personal del Ayuntamiento de Villena (Alicante). Y otro, en el mes de noviembre, cuando la Cooperativa fue distinguida por sus buenas prácticas empresariales por la Fundación Nova Feina.

Estoy convencido de que nuestra naturaleza cooperativa fomenta el desarrollo de una gestión socialmente responsable. Esta manera de entender la empresa, en la que las personas prevalecen sobre el capital, ha demostrado a lo largo del tiempo que es una buena forma de generar y repartir riqueza entre sus socios y socias y de fomentar la solidaridad entre todos los que integramos esta gran familia.

También quiero agradecer el esfuerzo de las más de 10.000 personas que trabajan en Consum, a la confianza de los más de un millón y medio de socios-clientes, que con su participación activa, nos impulsan a seguir en esta línea para mejorar cada día, y a la complicidad de los proveedores para ofrecer los productos con la mejor calidad.

Para acabar, quiero rendir un pequeño homenaje a quien fuera mi antecesor en el cargo, Antoni Llopis, que nos dejó hace unos meses. Él siempre animaba a todos los que integramos esta gran empresa cooperativa a continuar con esta manera de hacer las cosas y estoy convencido de que así lo haremos. Todo lo que llevamos recorrido desde nuestra fundación ha ido forjando el camino que nos llevará a un futuro prometedor, que entre todos construiremos.



Juan Luis Durich
Director General

Carta del Director General

(1.1)

Este año quiero dirigirme al lector de esta sexta Memora de Sostenibilidad con un mensaje de confianza. Puede parecer contradictorio en un contexto marcado por el avance de la crisis económica y la consecuente recesión del consumo, pero no lo es. Cuando las personas centramos nuestros esfuerzos en hacer empresa de forma humana y responsable el resultado, aunque no sea inmediato, es positivo y bueno para la sociedad.

Una gestión comprometida con la economía, la sociedad y el medio ambiente, como la que ponemos todos nuestros esfuerzos en desarrollar cada ejercicio, nos permite hacer un balance positivo del año 2011. Así se demuestra que una gestión basada en la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) contribuye a la obtención de buenos resultados, que hacen compatible la gestión eficiente con la gestión responsable. En 2011 hemos alcanzado una facturación de 1.754,5 millones de euros, un 4,7% más, y unos resultados de 35,6 millones, un 10,6% más. Este crecimiento ha sido posible gracias al compromiso de las personas que trabajan por y para Consum que están consiguiendo la satisfacción de nuestros socios y clientes, y a nuestra gestión que se consolida como un modelo sólido que puede afrontar las adversidades del sistema económico.

Hemos concluido el segundo ejercicio del Plan Estratégico 2010-2012 reforzando nuestra presencia en las zonas en las que operamos, lo que nos ha servido de impulso para afrontar con confianza el próximo ejercicio. El año 2011 se ha cerrado con una inversión de 95,3 millones de euros, dedicada principalmente a la apertura de nuevos supermercados y a la construcción de la mayor plataforma logística de la organización, situada en Las Torres de Cotillas (Murcia), desde donde se tiene previsto impulsar el crecimiento de Consum en la zona sur de la península, convirtiéndose en un nuevo enclave estratégico para la Cooperativa.

En el plano comercial, y con nuestras miras puestas en saber escuchar y atender las necesidades del cliente, continuamos apostando por la capacidad de elección, la variedad, la calidad y el mejor precio. En este sentido quiero destacar que hemos incorporado nuevos productos de marca propia a nuestra gama, que de este modo se consolida como una alternativa de calidad contrastada y a buen precio, permitiendo al consumidor ahorrar desde la primera unidad.

En materia ambiental, la Cooperativa ha implantado su herramienta de cálculo de la huella de carbono con el objetivo de conocer mejor su impacto en el entorno. Además, es positivo destacar que las medidas de ahorro de recursos naturales y la recuperación de residuos llevadas a cabo en 2011 nos han permitido disminuir un 16% las emisiones de CO₂ a la atmósfera.

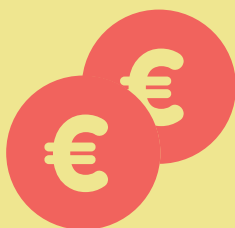
Respecto a los avances sociales de Consum en el ejercicio 2011 destaca, en abril, la publicación del Catálogo 'Más de 50 Medidas para Conciliar', que se enmarca en el Plan de Conciliación e Igualdad de Consum iniciado en 2007. Y precisamente con el objetivo de establecer la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres como un valor estratégico, el Plan de Conciliación e Igualdad recibió en el mes de mayo el Visado de la Dirección General de la Mujer de la Conselleria de Justicia y Bienestar Social de la Generalitat Valenciana.

Por otro lado, es muy positivo constatar que hemos generado empleo estable y de calidad, aumentando nuestra plantilla en 214 nuevas personas, lo que supone haber cerrado el ejercicio con 10.103 trabajadores, de los que 8.955 son socios.

Por último, quiero manifestar mi plena confianza en la labor que nuestro equipo humano está realizando, destacando el alto grado de profesionalización, concienciación e implicación de nuestros socios-trabajadores y la confianza de nuestros 1.695.669 socios-clientes. Sin duda, su esfuerzo y dedicación nos ayudará a afrontar con éxito seguro los retos que nos planteamos para el año 2012.

RESULTADOS

35,6 millones de euros,
10,6% más que el año anterior



35,6

VENTAS

1.754 millones de euros,
4,7% más que el año anterior



1.754,5

INVERSIONES

95,3 millones de euros,
2,4% más que el año anterior



95,3

TRABAJADORES

10.103
214 más que el año anterior



10.103

SOCIOS-CLIENTES

1.695.669



1.695.669

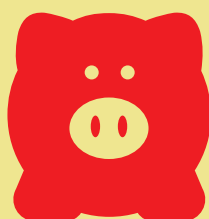
TIENDAS



595

CHEQUE REGALO

17,8 millones de euros,
27% más que el año anterior



17,8

INNOVACIÓN

6,4 millones de euros,
25% más que el año anterior



6,4

INVERSIONES Y GASTOS AMBIENTALES

2,3 millones de euros destinados



2,3

CONCILIACIÓN

5,3 millones destinados,
529 euros por trabajador



5,3



1/ Cooperar es comprometerse



Órganos de representación y gestión

(4.1, 4.7)

Los Estatutos de la Cooperativa regulan la estructura y la capacitación de los órganos de representación y gestión de Consum. Estos órganos son:



CONSEJO RECTOR

Presidente

Francesc Llobell Mas

Vicepresidenta

M^a Teresa Caballer Sancho

Secretaria

María Sánchez Alcaraz

Vicesecretaria

Lourdes Brugera Moreno

Vocales

Ana Martínez Monsalvez

Guillermina Cano Gascón

Juan Vicente Ríos Mascarell

Ana Llácer Rodrigo

Nardi Alba Benaches

M^a Empar Martínez Bonafe

Jose M^a Planells Ortí

Juan José Damiá

COMITÉ SOCIAL

Presidenta

Inma Costa Hernández

Vicepresidente

Vicente Gimeno Sanbernardo

Secretario

Vicente Ferrendo Perpiñá

Vocales

Francisca Bayarri Soriano

Antonio Munera Villar

Javier Molla González

Francisco Carabal Fayos

Javier Llongueira Lluesa

Cristóbal Moreno Rubio

Enma Buitrago Avilés

Eva María Vaquer Martínez

Olga Domínguez Jiménez

M^a Rosario Romero Linares

Lourdes Gómez Carrión

Francisca Cerdá Pons

Pilar Monsalvez Granada



CONSEJO DE DIRECCIÓN

Director General

Juan Luis Durich Esteras

Directora de Administración

M^a Isabel Moreno Gil

Director de Compras

Agustín Delicado Núñez

Director de Desarrollo

Javier Vidal Pastor

Director Financiero y de Sistemas

Amadeo Ferrer Bayarri

Director de Gestión de Tiendas

Carlos Ferrando García

Director de Logística

Antonio Rodríguez Lázaro

Director de Personal

Evarist Casany Casany

Director de Relaciones Externas

Francisco Javier Quiles Bodí

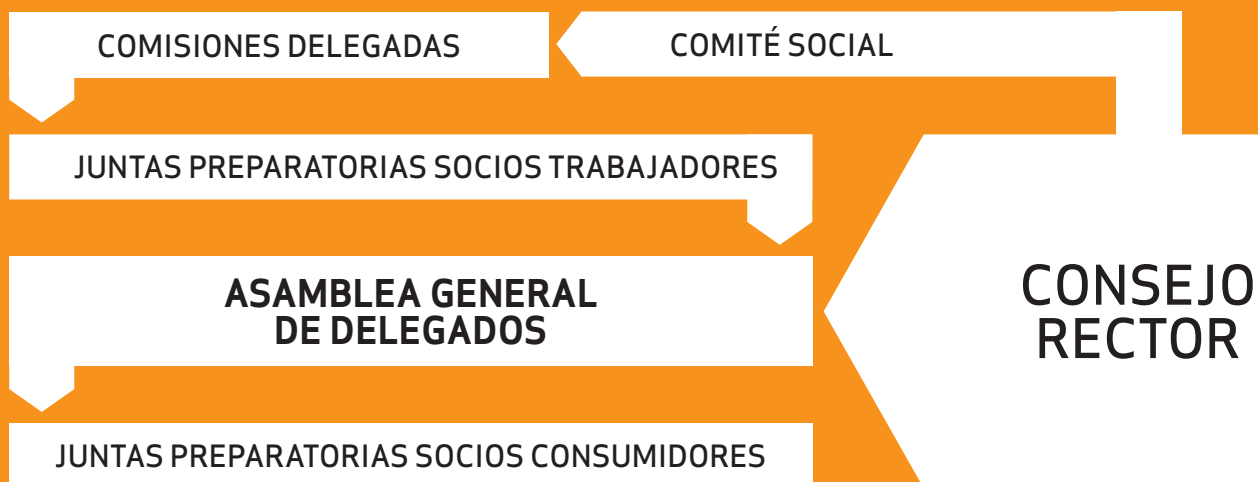
Director de Socio-Cliente

Manuel García Álvarez

Estructura organizativa

(4.1)

ORGANIZACIÓN SOCIAL





1 / Cooperar es comprometerse

DIRECCIÓN
GENERAL

ORGANIZACIÓN DE LA GESTIÓN

DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN

DIRECCIÓN DE COMPRAS

DIRECCIÓN DE DESARROLLO

DIRECCIÓN FINANCIERA Y DE SISTEMAS

DIRECCIÓN DE GESTIÓN DE TIENDAS

DIRECCIÓN DE LOGÍSTICA

DIRECCIÓN DE PERSONAL

DIRECCIÓN DE RELACIONES EXTERNAS

DIRECCIÓN DE SOCIO-CLIENTE

Presentación

(2.2, 2.3, 2.6, 2.7)

Consum es la mayor cooperativa del arco mediterráneo español y desarrolla su actividad dentro del sector de la distribución comercial, a través de los supermercados Consum, Consum Basic y las franquicias Charter. Está constituida por socias y socios trabajadores y socias y socios-clientes y, como cooperativa polivalente, estos socios participan en el capital, en la gestión y en los resultados, como propietarios de la misma.

Se trata de una de las principales empresas del sector de la distribución. Desde que inició su actividad en 1975, Consum ha generado em-

pleo de calidad y riqueza en las zonas en las que está presente: Cataluña, Comunidad Valenciana, Murcia, Castilla-La Mancha, Andalucía y Aragón. Los socios-clientes y clientes son los principales beneficiarios de la actividad comercial de Consum.

Como principales servicios contratados destacan el transporte, el servicio de compra a domicilio, el servicio de archivo, los instaladores, la línea de vida (cables de seguridad y protección para trabajos en altura) y los exutorios (servicio integral de evacuación de humos) seguridad y limpieza.



Perfil, alcance y cobertura de la Memoria

(3.1, 3.2, 3.3, 3.5, 3.6, 3.7, 4.8)

Esta Memoria de Sostenibilidad, de carácter anual, y correspondiente al ejercicio económico 2011 de Consum (del 1 de febrero de 2011 al 31 de enero de 2012), coge el testigo de la última Memoria de Sostenibilidad 2010. Se trata de la sexta Memoria de Sostenibilidad y tendrá su continuidad en el próximo informe anual.

La Memoria describe los aspectos más importantes de la actividad económica de la Cooperativa como empresa de distribución comercial,

implantada en las 6 comunidades autónomas españolas en las que operamos. También recoge la actividad social de la Cooperativa del ejercicio 2011, así como todos los impactos significativos económicos, ambientales y sociales de la organización. El alcance de esta Memoria de Sostenibilidad se ciñe a la actividad propia de la Cooperativa, al igual que los informes precedentes, y no contempla los servicios contratados a terceros.

Misión, visión y valores

(4.8)

MISIÓN

Trabajadores comprometidos, clientes satisfechos.

VISIÓN

Ser un modelo de empresa referente en el sector de la distribución.

VALORES

Escuchar para actuar como empresa responsable.



Política de sostenibilidad

(HR 5, HR 6, HR 7, ES 1.1, ES 4.3)

Consum cuenta con una Política de Sostenibilidad, aprobada en 2010, que integra todas las políticas empresariales de la organización (Responsabilidad Social, Calidad, Prevención de Riesgos Laborales, Ambiental, Igualdad de Oportunidades y Empresa Familiarmente Responsable). Esta política se puede consultar íntegramente en la web corporativa www.consum.es.

La Cooperativa trabaja de forma continua para satisfacer todos los aspectos que define la Responsabilidad Social, en este marco, proponemos actuaciones coherentes en la elaboración de todos los procesos y también en la evaluación de sus resultados. Asimismo, Consum anima a sus proveedores y contratistas a compartir los valores sociales y ambientales y apoya los esfuerzos por promover estos valores en sus actividades empresariales.

Asimismo, esta política define que Consum respeta los derechos fundamentales de los trabajadores y su libertad de expresión y de asociación, garantiza unas buenas condiciones de trabajo y vela por la igualdad de oportunidades sin ningún tipo de discriminación. También prohíbe la aceptación de prestaciones de cualquier tipo fuera de la legalidad por parte de los trabajadores de la organización.

Consum cumple con toda la legislación reguladora que se desprende del ejercicio de su actividad. En sus actividades garantiza la defensa de los derechos humanos y rechaza cualquier tipo de actividad comercial, o de otra naturaleza, en que directa o indirectamente se promueva el trabajo infantil obligatorio y forzoso, apoyando todas aquellas iniciativas dirigidas a asegurar los intereses de la infancia.

CONSUM ANIMA A SUS PROVEEDORES Y CONTRATISTAS A COMPARTIR SUS VALORES SOCIALES Y AMBIENTALES Y APOYA LOS ESFUERZOS POR PROMOVERLOS EN SUS ACTIVIDADES EMPRESARIALES



Grupos de interés

(4.4, 4.14, 4.15, 4.16, 4.17, ES 3.5, ES 4.1, ES 4.2, ES 4.5)

Este mapa de grupos de interés refleja los grupos de personas que se ven o podrían verse afectadas por la actividad de la organización o tienen incidencia sobre ella, y entre los que se promueve la comunicación y la interacción. Fruto de la relación de Consum y sus grupos de interés, la Cooperativa ha identificado las necesidades de estos colectivos dándoles respuesta. En este sentido, destacan las políticas sociales para con

los trabajadores y la ampliación de las ventajas comerciales orientadas a satisfacer a los clientes y socios-clientes implicando a los proveedores en la oferta personalizada y exclusiva.

En cuanto a las acciones desarrolladas para favorecer la comunicación con los franquiciados, destaca en 2011 la celebración bienal del encuentro Charter.



GRUPOS DE INTERÉS	CANALES COMUNICACIÓN	ÍNDICE DE SATISFACCIÓN
SOCIAS Y SOCIOS TRABAJADORES	<ul style="list-style-type: none"> • Revista "BIS" • Guión de reuniones de centros • Intranet corporativa • Comunicaciones a los centros asuntos sociales • Convocatorias actividades de formación • Reuniones de centro • Juntas de socios • Comisiones Delegadas • Web • Intranet • Redes sociales • Espacios radiofónicos 	Un 3,61 (sobre 5) en la Encuesta de Clima Laboral de 2010 (Bianual), un 2,3% más que la encuesta anterior.
SOCIAS Y SOCIOS CLIENTES	<ul style="list-style-type: none"> • Revista Entrenosotros • Convocatorias de actividades de formación • Extracto y cheque regalo • Información de las tiendas • Juntas de socios • Actividades de formación • Web • Redes sociales • Espacios radiofónicos 	Un 7,8 (sobre 10) en el estudio de satisfacción realizado entre los socios-clientes sobre el programa de interés.
CLIENTES	<ul style="list-style-type: none"> • Cartelería en los centros • Megafonía Centralizada • Folletos Comerciales • Publicidad en Medios • Web • Redes sociales • Espacios radiofónicos 	Un 7 (sobre 10) en el estudio de satisfacción realizado entre los clientes y socios-clientes.
PROVEEDORES Y ACREEDORES	<ul style="list-style-type: none"> • Memoria de Sostenibilidad • Reuniones periódicas • Eventos para proveedores • Web • Redes sociales • Espacios radiofónicos 	Consum ocupa el 4º puesto del ranking de las 15 empresas de distribución estudiadas por 44 fabricantes, realizado por entidad independiente.
FRANQUICIADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Memoria de Sostenibilidad • Reuniones periódicas de los responsables con cada franquiciado • Eventos • Web • Redes sociales • Espacios radiofónicos 	De los objetivos de mejora detectados por Charter se han implantado el 95%.
ENTIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Memoria de Sostenibilidad • Firma de convenios • Acciones conjuntas • Eventos • Web • Redes sociales • Espacios radiofónicos 	80% de participación en las concocatorias de Consum.

Impactos, riesgos y oportunidades de sostenibilidad

(1.2, 3.10)

El análisis de la situación económica española en el año 2011, con una desaceleración evidente en su crecimiento interanual y, en consecuencia, en el gasto del consumo, ha ratificado que el consumidor identifique el supermercado como uno de los principales canales para realizar su compra, considerando la calidad del producto, junto con el precio, como los principales factores en la elección del establecimiento de compra.

En este escenario, Consum, al igual que el año anterior, ha tenido un crecimiento moderado de las ventas, tanto a superficie constante como a superficie dinámica, dado que la totalidad del mismo ha sido producido por las aperturas orgánicas, sin que se haya efectuado ninguna adquisición corporativa. Se trata de un crecimiento positivo, por el modelo de gestión comercial, que ha supuesto poder afrontar con garantías la difícil y duradera actual coyuntura económica.

Pero, además, este crecimiento en ventas ha venido acompañado de un crecimiento similar de los resultados, debido, en esencia, a la continuación de la mejora en la gestión y de la política de ajuste de gastos.

Durante el ejercicio 2011 no se ha producido ningún cambio legislativo significativo en materia de cooperativas, ni en materia societaria, por lo que no se ha hecho necesaria ninguna actuación específica legal, y por tanto, no se ha pro-

movido ninguna reforma estatutaria. Hay que destacar que es el primer ejercicio de aplicación de las nuevas normas contables aplicables a cooperativas que inciden, de forma sustancial, en la consideración como gasto del Fondo de Formación y Promoción Cooperativa y en la consideración como reparto de excedentes de los intereses abonados a los socios por sus participaciones en el capital social de la Cooperativa.

Las previsiones económicas para 2012 no son nada halagüeñas, ya que se estima una ralentización del crecimiento económico y consecuentemente, del consumo interno. En este escenario, la respuesta de Consum deberá ser de firmeza en la mejora de su modelo, trabajando con exigencia, rigor y austeridad.

Consum es una gran organización de personas implicadas que no renuncia a seguir creciendo y mejorando. Por ello, afronta el nuevo ejercicio reafirmando su modelo comercial y social cooperativo, y apuesta por seguir creciendo en tiempos de crisis, racionalizando los costes operativos, y haciendo los máximos esfuerzos para conseguir la máxima eficiencia en los procesos clave de su gestión. Busca, además, nuevas formas de interactuar con sus grupos de interés en base al protagonismo de las redes sociales en el proceso de información y compra de los nuevos consumidores.

En base a lo anterior, para este próximo ejercicio 2012, el Consejo de Dirección se fija como objetivos a conseguir en los ámbitos económico, medioambiental y social, los siguientes:

Objetivos económicos para 2012:

- Extensión del “plan de frescos” y modelo de gestión “InnovAC +plus” a las 30 tiendas modelo de la Cooperativa.
- Adecuar la gama de productos a las necesidades de los clientes:
 - Generalizar el modelo de adaptación del surtido.
 - Aplicar el nuevo modelo de perfumería y bazar en 14 tiendas piloto.
- Reafirmar y mejorar la política promocional propia con acciones que permitan:
 - Incrementar el valor del “Cheque Regalo” un 30%.
 - Alcanzar un 75% de participación en ventas de los socios-clientes.
- Reducir el stock medio de la organización en dos días.

Objetivos medioambientales para 2012:

- Consum se plantea reducir la huella de carbono en un 5% para combatir el cambio climático. Para ello, va a actuar para reducir materiales de envases y embalajes, los residuos, ahorrando recursos naturales en base a sistemas ecoeficientes.

Objetivos sociales para 2012:

- Generar, al menos, 300 nuevos puestos de trabajo, en base a la política de empleo estable y de calidad.
- Ampliar el certificado EFR a 198 centros de trabajo más, hasta llegar a los 370 centros certificados.
- La web 2.0. Desarrollo de un canal digital exclusivo de relación con el socio-cliente.

Tanto el Consejo de Dirección como el Consejo Rector, en su evaluación permanente de los riesgos derivados de la sostenibilidad en la organización, adoptan las medidas necesarias para su seguimiento y control, y en base a tales medidas, observan que no existen riesgos especiales. Por otro lado, siguen apostando por la expansión de Consum, manteniendo su modelo de organización cooperativa.

30%

UNO DE LOS OBJETIVOS
ECONÓMICOS PARA 2012 ES
INCREMENTAR EL VALOR DEL
“CHEQUE REGALO” UN 30%



Desarrollo estratégico

(1.2, 4.9, 4.10, 4.11, 50 7)

En Consum el proceso de seguimiento y consecución de objetivos económicos, ambientales y sociales, se realiza a través del Plan Estratégico trienal, para el período 2010-2012, y el Plan de Gestión anual, que son los documentos de referencia donde se plasman los objetivos a largo y corto plazo, que van acompañados de indicadores de progreso. En ellos se especifican también las acciones, plazos de consecución, competencias y recursos necesarios para llevarlos a cabo. Los indicadores de progreso se recogen en el aplicativo COPLAN.

El Plan Estratégico tiene como objetivos clave: consolidar un modelo de altos resultados; convertirse en el referente de gestión empresarial y social de supermercados en su entorno y orientar al colectivo de socios trabajadores al logro de metas y obtención de resultados mejorando la atención y compromiso en el servicio al cliente.

Para poder evaluar la buena marcha de los objetivos planteados en el Plan Estratégico, el Consejo Rector y el Consejo de Dirección trabajan con indicadores que permiten observar los impactos y las posibles desviaciones generadas, facilitando procesos de retroalimentación. Asimismo, cada vez que se introduce en el mercado

un nuevo producto o servicio, se pone en marcha el sistema formal de análisis de riesgos y oportunidades correspondiente.

Consum utiliza como instrumento de gestión más básico, el control de gestión mensual e incluso el control de ventas mensual/semanal/diario, como herramienta que permite comparar la marcha económica del ejercicio respecto al previsto, elaborado normalmente al inicio del mismo.

El correcto desarrollo de la actividad de Consum en el sector de la distribución en España exige un exacto posicionamiento de sus productos y servicios en el mercado, así como una precisa definición del mapa de los competidores en el ámbito de la zona de implantación.

Las actuaciones comerciales de Consum son siempre leales con el mercado, respetando en todo momento sus reglas y renunciando de forma consciente al ejercicio de cualquier actividad que pueda ser considerada como competencia desleal. Para velar por estos aspectos desde la división jurídica de Consum se evalúa la posible existencia de actuaciones desleales. Gracias a esta labor cabe destacar que Consum no cuenta con ninguna denuncia por competencia desleal.

LAS ACTUACIONES COMERCIALES DE LA COOPERATIVA SON SIEMPRE LEALES CON EL MERCADO, RESPETANDO EN TODO MOMENTO SUS REGLAS Y RENUNCIANDO DE FORMA CONSCIENTE AL EJERCICIO DE CUALQUIER ACTIVIDAD QUE PUEDA SER CONSIDERADA COMO COMPETENCIA DESLEAL



2/ Cooperar es ser competentes



2/ Cooperar es ser competentes

Las cifras

(2.8, EC 1, EC 8, ES 7.1, ES 7.2, ES 7.3, ES 7.4)

En el ejercicio 2011 ha continuado retrayéndose el consumo, lo que ha provocado un esfuerzo mayor en la gestión eficiente y el control del gasto, factores ambos que han permitido arrojar una cifra positiva de crecimiento del negocio. La facturación de Consum se ha situado en 1.754,5 millones de euros, lo que supone un incremento del 4,7% con respecto al ejercicio 2010. El resultado ha alcanzado los 35,6 millones de euros, con un aumento del 10,60% (comparando datos homogéneos, como consecuencia de la contabilización del FFPC como gasto antes del “resultado del ejercicio” conforme a la Orden EHA/3360/2010, de 21 de diciembre, por la que se aprueban las normas sobre los aspectos contables de las sociedades cooperativas).

De estos resultados, después de descontar los intereses del capital de los socios trabajadores y consumidores (que no son gasto contable pero no se tienen en cuenta para la base de reparto de los excedentes) y de sumar la cantidad correspondiente al Fondo de Formación y Promoción Cooperativa (que, aunque es gasto contable, tiene la consideración sustantiva de resultado a los efectos de reparto), se obtiene el excedente total de 26,7 millones de euros, de los cuales son resultados cooperativos la cantidad de 18,5 millones de euros. El porcentaje asignado directamente a los socios trabajadores de Consum se ha situado en el 69% del total del excedente neto cooperativo, lo que supone 12,8 millones de euros.

(EC 1, ES 7.4)

VALOR ECONÓMICO DIRECTO CREADO	1.678.726.343
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO	1.607.217.469
Costes operativos	1.351.392.799
Salarios y beneficios sociales	227.135.526
Pago a proveedores de fondos	24.804.523
Pagos a gobiernos (tasas e impuestos por comunidad autónoma):	3.567.204
Inversiones en la comunidad	317.127
VALOR ECONÓMICO RETENIDO	58.438.847

Datos expresados en euros.

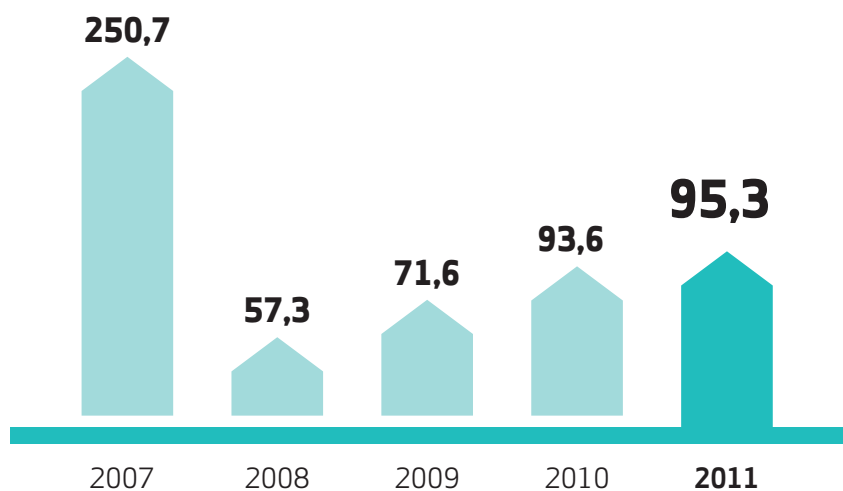
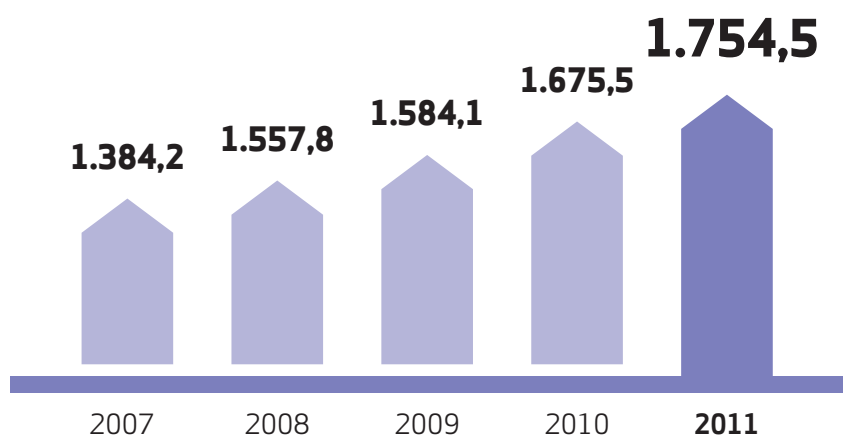
El porcentaje de distribución de excedentes totales (cooperativos y extracooperativos) destinados a fondos colectivos o irrepartibles se sitúa en el 33,96%, que asciende a 12,1 millones de euros. Respecto al porcentaje sobre el pasivo, el 9,93% corresponde a fondos colectivos o no repartibles.

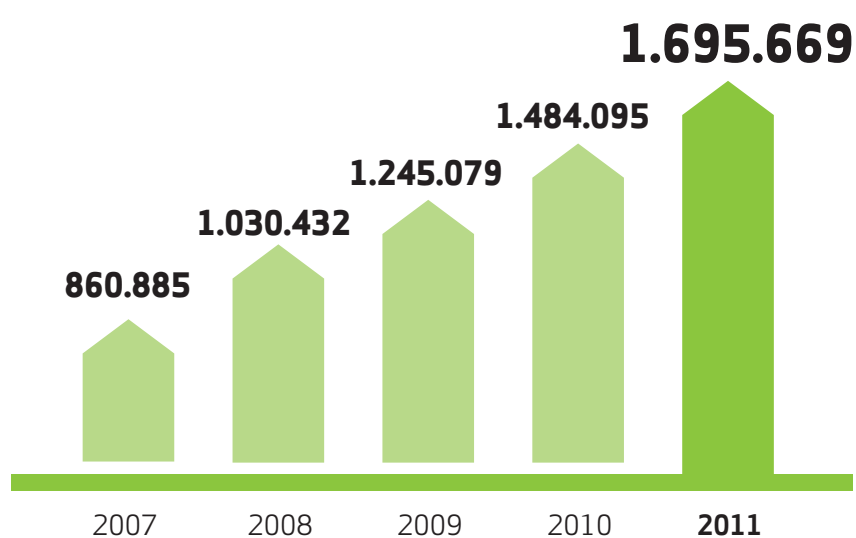
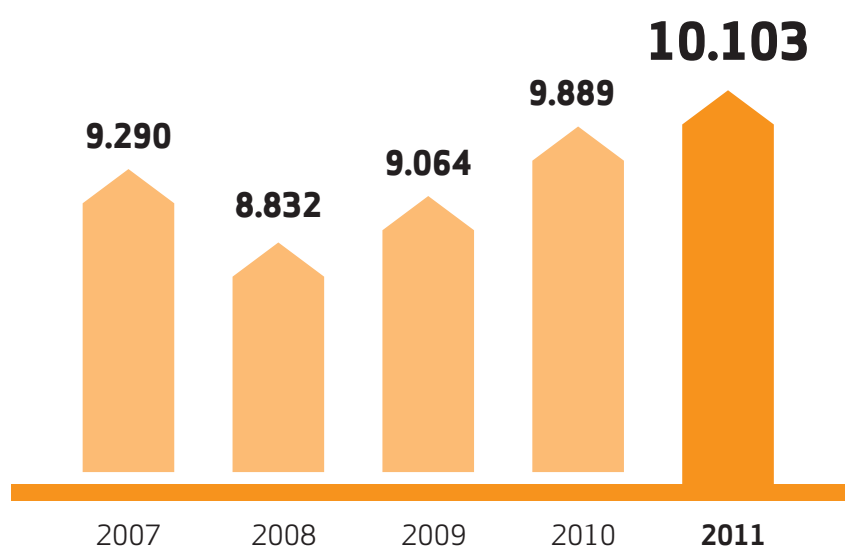
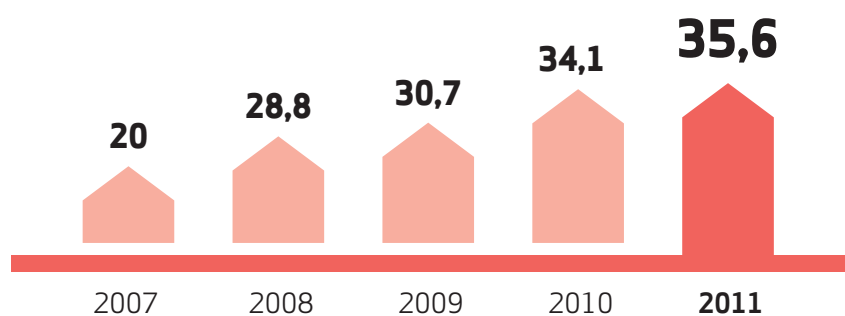
En 2011, los servicios prestados para el beneficio público mediante compromisos comerciales con ayuntamientos y entidades sociales en base a la emisión de bonos ascienden a un total de 225.335 euros.

En 2011 se han acometido inversiones que ascienden a 95,3 millones de euros centradas, sobre todo, en la ampliación y adecuación de la red de tiendas a los estándares de calidad de Consum.



**“CUANDO LA PERSONAS CENTRAN SU
ESFUERZO EN HACER EMPRESA DE FORMA
HUMANA Y RESPONSABLE EL RESULTADO,
AUNQUE NO SEA INMEDIATO, ES POSITIVO
Y BUENO PARA LA SOCIEDAD”**





Las tiendas

(2.9, SO 1, ES 5.14)

Durante el ejercicio 2011 la red comercial de Consum ha continuado su crecimiento orgánico. Se han abierto 28 nuevos supermercados, 16 propios de las enseñas Consum y Consum Basic, y 12 franquiciados, de la enseña Charter. Con estas aperturas, Consum cuenta en total con 595 supermercados en todo el arco mediterráneo, 432 propios y 163 franquiciados.

Este crecimiento, junto con la colaboración de los socios y clientes, ha permitido a Consum mejorar su posicionamiento. En 2011, la cuota de mercado nacional de la Cooperativa por superficie es del 3,7% lo que la sitúa en el 7º puesto del ranking nacional de empresas de distribución.

En cuanto a la mejora de las instalaciones, se han reformado 16 supermercados y se han ampliado 7 centros, mejorando y adecuando sus instalaciones. En este año 2011 se ha procedido al cierre de 18 tiendas que no reunían las condiciones del modelo de supermercado de Consum y cuyo impacto ha sido mínimo por la creación de otros centros próximos y por la recolocación integral de la plantilla. Además, otras 10 tiendas propias se han traspasado a la franquicia Charter. Todos estos cambios se comunican convenientemente a los grupos de interés afectados.

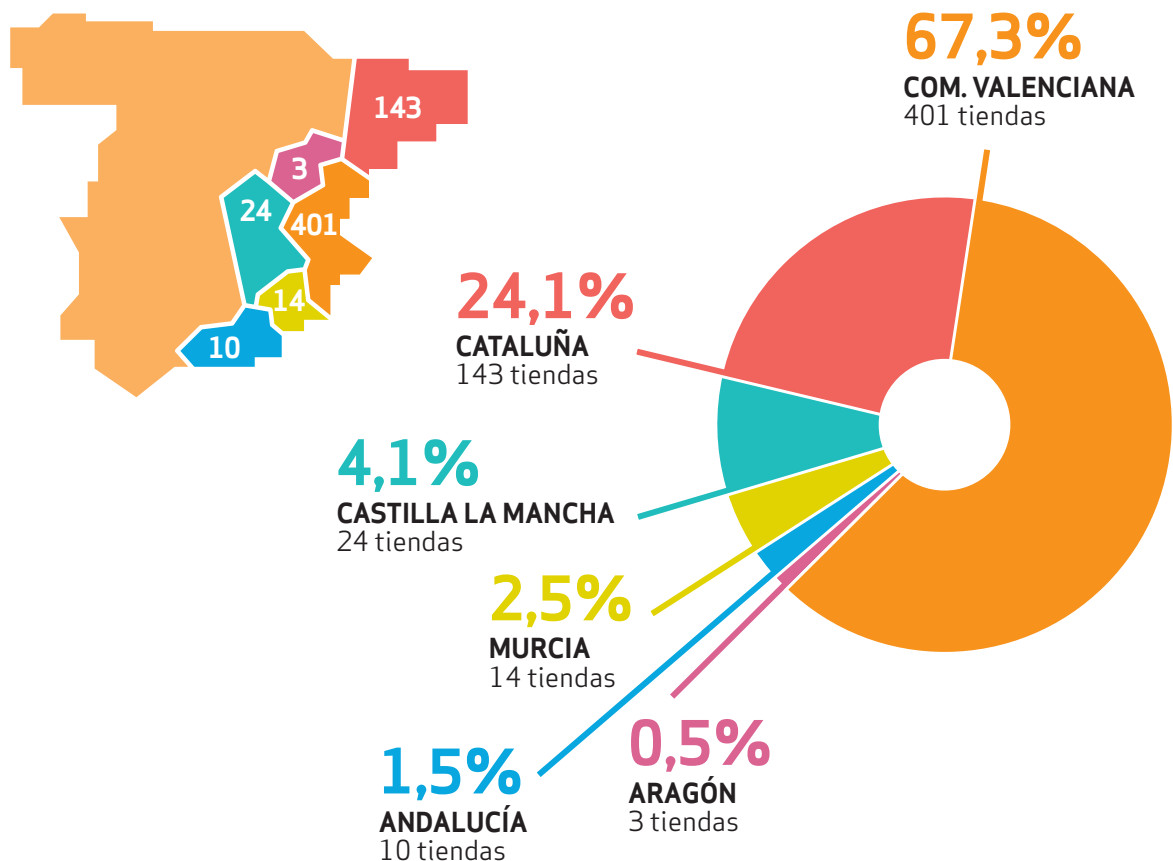
**SUPERMERCADOS
EN TODO EL ARCO MEDITERRÁNEO**

595



Presencia en el arco mediterráneo

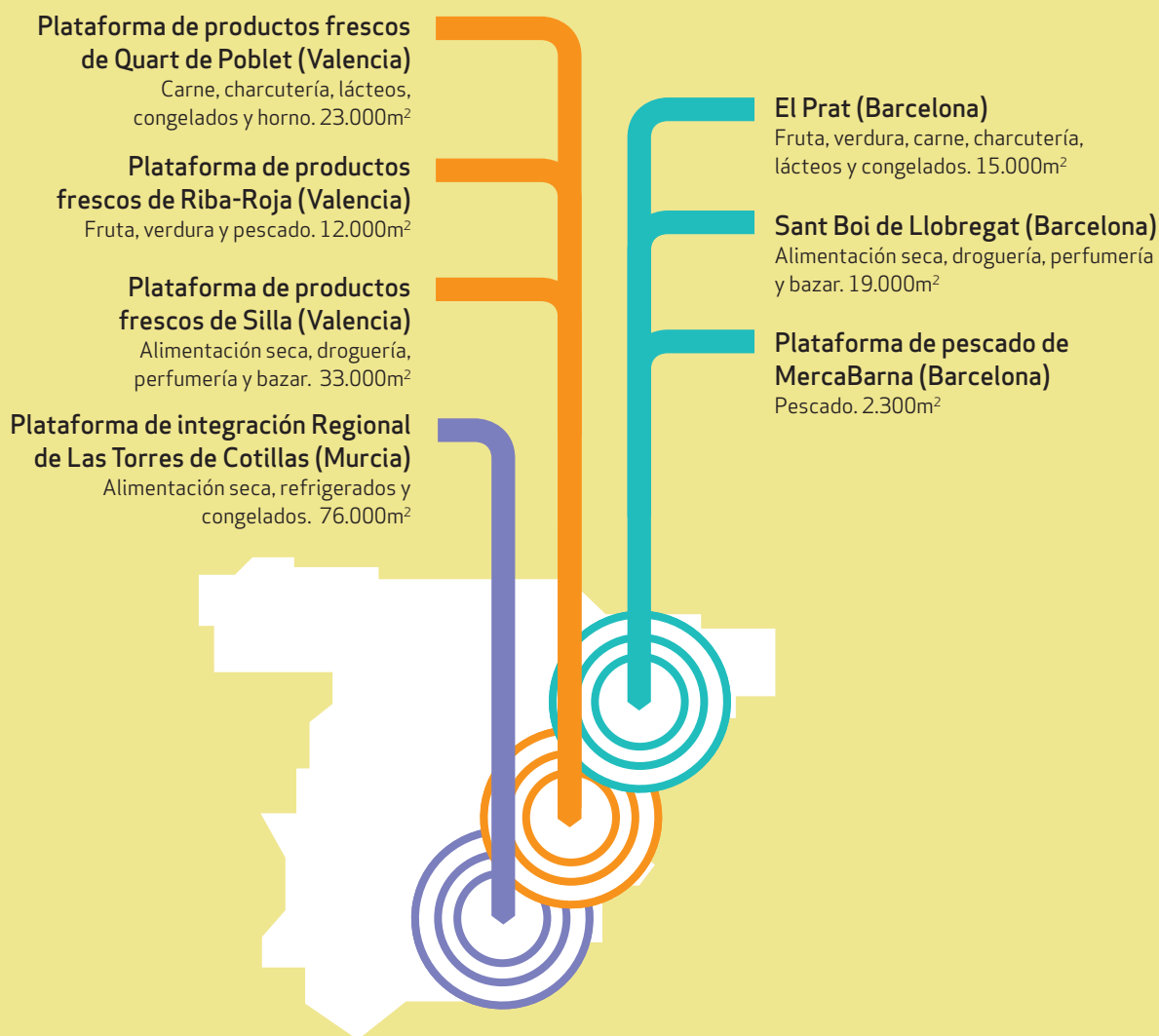
(2.5, 2.8)



Con la finalidad de hacer posible la accesibilidad de sus instalaciones, productos y servicios para personas con capacidades diferentes, Consum cuenta con un sistema de gestión de la accesibilidad global. Algunas de estas medidas son la adecuación de accesos, dimensiones y espacios según categoría CA3 y adaptación de rampas de acceso, escaleras, vestuarios y ascensores, basadas en la Ley de Accesibilidad y Supresión de Barreras del 5 de Mayo de 1998, que engloba las barreras arquitectónicas y urbanísticas. Además se han realizado inversiones en carros de compra adaptados a minusválidos.

También es importante destacar, en cuanto a la gestión de los supermercados la implantación en el 100% de los centros del proyecto de "control unitario de producto", con la finalidad de mejorar la gestión económica de la organización.

Por su parte, la aplicación práctica del "modelo de adaptación del surtido" se ha iniciado en los supermercados piloto y la organización sigue trabajando en el desarrollo de la herramienta incorporando las nuevas variables detectadas. En cuanto al Modelo de Gestión Excelente en Frescos, se ha aplicado en 30 supermercados, reafirmando el objetivo de liderazgo en frescos.



Red logística

El sistema logístico de Consum tiene como principal objetivo que los productos lleguen hasta los clientes con toda la garantía de frescura y calidad y en el momento necesario para que el cliente lo tenga disponible en el lineal. En este sentido, es muy importante destacar que en 2011 la logística de la Cooperativa ha certificado la "excelencia en el servicio a las tiendas" en su plataforma de producto seco de Silla (Valencia).

Hay que destacar la construcción de un nuevo centro logístico en Las Torres de Cotillas (Murcia) en su primera fase, con una inversión de 70 millones de euros y la generación de 300 puestos de trabajo de calidad en 2012. La nueva plataforma, que estará al servicio de los más de 100 supermercados que actualmente integran la red de Consum en Alicante, la Región de Mur-

cia, Castilla-La Mancha y Andalucía, cuenta con una superficie total de 150.000 m² entre naves y zonas de acceso y otros servicios. Las centrales ocupan 76.000 m², que se reparten en 5 zonas: Productos Refrigerados, Productos Congelados, Productos Secos, Oficinas, Logística Inversa y reserva.

La localización estratégica de la nueva plataforma de Las Torres de Cotillas va a permitir que la flota de transporte de Consum ahorre 3 millones de kilómetros al año, que equivale a dejar de emitir a la atmósfera 3.000 toneladas de CO₂ anuales. Además, esta plataforma incorpora la última tecnología logística para optimizar la gestión y hacerla sostenible. Los sistemas de gestión y ahorro de recursos suponen una disminución del 20% del consumo de energía eléctrica, respecto a una plataforma convencional.

Los proveedores

(ES 5.3, ES 5.4)

Después de varios años complejos, la evolución de Consum en el mercado ha sido positiva, gracias, en gran medida, a una política comercial definida y a la colaboración de los proveedores. La organización es conocedora de la importancia de los proveedores en la buena evolución del negocio, por ello, la relación de la Cooperativa con sus proveedores se basa en la confianza y el trato próximo.

Si la evolución de Consum es positiva, también lo es la de sus proveedores, por ello, la organización trabaja por mantener compromisos a largo

ha avanzado en la búsqueda de las necesidades de consumo demandadas por los clientes, adaptando el surtido de los centros a las necesidades locales y regionales, y dando respuesta a las solicitudes de los socios a través del programa de escucha activa e incorporando las novedades que le aportan valor.

En frescos, se mantienen los objetivos de garantía de frescura y calidad, teniendo en cuenta criterios medioambientales y de sostenibilidad en la elección de productos y proveedores, además de logísticos, comerciales y de calidad.

2011

LA COOPERATIVA HA CERTIFICADO LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO A TIENDAS EN SU PLATAFORMA DE PRODUCTO SECO DE SILLA

plazo que le permita implicarlos, desde el primer momento, en su política comercial a través de la oferta personalizada. Gracias a esta oferta, adaptada al tipo de compra de cada socio-cliente, y traducida en descuentos adaptados a sus necesidades en el denominado Cheque Regalo, Consum ofrece un canal directo al fabricante hacia el consumidor, que le permite llegar a su cliente final de una manera directa.

La participación de los proveedores es fundamental para favorecer uno de los ejes fundamentales de la política comercial: la capacidad de elección de los clientes, ofreciendo un surtido amplio y variado que se adapta a las necesidades del cliente. Para ello, durante 2011, se

Estos criterios han sido la base para la evaluación y homologación del conjunto de fabricantes, superando las expectativas, retroalimentando la mejora continua y verificando que más del 90% de los proveedores de productos frescos y refrigerados cuentan con certificaciones de calidad, que garantizan el respeto del medio ambiente en sus actuaciones, así como absolutas garantías en materia de Seguridad Alimentaria. Los criterios medioambientales y de sostenibilidad en la elección de productos y proveedores son una exigencia de la política de sostenibilidad y que la organización traslada a sus proveedores a través de una declaración formal de voluntad en el desarrollo de una gestión socialmente responsable.

El producto

(EC 6, EC 9, PR3, ES 5.6)

Para el producto Consum, la Cooperativa mantiene un alto nivel de exigencia en cuanto a parámetros de calidad, diseño, competitividad y satisfacción del cliente. En el 2011 se han incorporado 21, lo que supone un total de 1.340 referencias de marca propia. Durante este ejercicio se han actualizado más de 400 etiquetas, haciendo un producto más atractivo para el consumidor. Se han generado un grupo de marcas para completar el nuevo modelo de perfumería más cercano, cómodo y atractivo para el consumidor. En el marco de este proyecto se han realizado 200 cambios de diseño y producto, de los 400, con las nuevas marcas.

Para el nuevo modelo de perfumería se han creado y desarrollado nuevas marcas, con el objetivo de que el consumidor se sienta más cercano y cómodo ante el producto y la marca.

La marca propia ha alcanzado una participación en valor del 18,8%, avance que ha permitido completar la presencia de la marca en las categorías básicas. Hay que destacar que todos los productos Consum informan, además de los valores legales en nutrientes: energía, azúcares, grasas, grasas saturadas, fibra y sal, también de los posibles alérgenos del producto, para prevenir a las personas con intolerancias alimentarias.

Tal como se establece en la Política de Responsabilidad Social de la Cooperativa, “tenemos la voluntad de estimular el desarrollo económico local a través de un progresivo incremento en el uso de recursos de los territorios donde actuamos comercialmente, de forma que las empresas del territorio se ven favorecidas”. En los últimos cinco años se ha duplicado la participación de las compras a proveedores locales. Actualmente, el 66,46% de las compras efectuadas por Consum se realiza, en las comunidades autónomas en las que está presentes.



Calidad y seguridad alimentaria

(4.8, PR 1)

Consum se compromete día a día con la calidad de los servicios y productos que ofrece a sus clientes. Por este motivo, en 2011 ha continuado trabajando por mantener estos estándares de seguridad alimentaria. Para ello, el mantenimiento del sistema de gestión de calidad implantado en las plataformas de frescos, refrigerados y congelados de Consum, bajo la norma ISO 9001, ha sido un factor clave, siempre dirigido a la mejora continua. En 2011, se ha ampliado ese compromiso de mejora continua a la plataforma de mercancías generales de Silla, con la certificación de AENOR de las cartas de servicio “Excelencia en el servicio a tiendas”, donde se reflejan los compromisos de los servicios prestados por esta central a los puntos de venta. Esta experiencia piloto se pretende extender en un futuro próximo al resto de centrales de seco.

En los puntos de venta se han realizado 172 auditorías de Seguridad Alimentaria, donde se revisan la implantación de prácticas correctas de higiene; 102 auditorías de tiempos de reposición verificando el cumplimiento de la cadena de frío; y 233 auditorías de limpieza y desinfección, comprobando el correcto estado higiénico de las superficies de trabajo.

El control de los productos se realiza mediante auditorías basadas en los más estrictos estándares de seguridad alimentaria, calidad y control del producto a todos los proveedores de marca propia y frescos. Con ellos se establecen rutas de mejora, supervisando periódicamente el cumplimiento. Además, este control se complementa con analíticas periódicas. El grado de satisfacción aumenta cada año debido al compromiso de mejora continua y al análisis de incidencias establecido con los proveedores.

PROGRAMAS DE CONTROL DE CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA DE PROCESOS Y PRODUCTOS

CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA	% SATISFACCIÓN
Control de proveedores (productos frescos y de MMPP)	70
Control de productos (frescos y de MMPP)	91
Control y gestión de stock en Centrales	90
Requisitos previos de higiene y trazabilidad en Centrales	100
Seguridad alimentaria en punto de venta	100
CADENA DE FRÍO	
Procesos de carga y descarga de camiones y tiempos de reposición PV	99
Procesos de verificación y validación de temperaturas en el transporte	85

Marketing responsable e innovación

(PR 6, PR 7, CS 1)

En Consum, el Plan Publipromocional ordena la actividad comercial-promocional anual de la Cooperativa. Este Plan lo define y aplica el Comité de Gestión Socio-Cliente, integrado por los directores de los departamentos de Socio-Cliente, Compras y Gestión de Tiendas. Los recursos necesarios para su ejecución se detallan en el Plan de Gestión anual de cada departamento.

Los canales de comunicación comercial definidos son: la señalética y cartelería del punto de venta; los folletos que se envían de forma personalizada a los domicilios; la publicidad en los medios de comunicación y las acciones de marketing relacional.

El Comité de Coordinación Comercial, integrado por los responsables de los departamentos de Socio-Cliente, Compras, Gestión de Tiendas y Logística, es el responsable de evaluar las acciones comerciales que realiza Consum, garantizando que los contenidos de las mismas no se alejen de los valores definidos por la Cooperativa y que tienen aplicación directa.

La aplicación de cada uno de los valores al apartado de Marketing Responsable, se traduce en las siguientes actuaciones que tienen como base un amplio surtido de la gama, la oferta personalizada y compaginar la venta asistida con el autoservicio como aspectos básicos del modelo comercial de la Cooperativa, atendiendo las demandas de los socios y clientes.

LA ESTRATEGIA DE CONSUM HA SIDO GALARDONADA POR EL CLUB DE MARKETING VALENCIA EN LA NOCHE MEDITERRÁNEA DEL MARKETING CON EL PREMIO A LA “MEJOR ESTRATEGIA”

ESCUCHAR

- La oferta desde la primera unidad.
- La oferta personalizada por estilos de vida.
- La participación en la configuración de la gama.

APORTAR

- El Programa de Interés.
- La validación del producto de marca propia.
- El servicio de compra a domicilio.
- El modelo de comunicación en el punto de venta.
- El programa de Vida Saludable de actividades formativas.

RESPONSABILIZARSE

- En los folletos tres niveles de precio para oferta.
- La megafonía centralizada.
- Cartelería centralizada.



saber triar

Imprime
aquí tus
Ofertas
de hoy

PuntoOferta

Tus ofertas de hoy, Vanessa Gloria

 ALTO DE GRANO CONGRAN 2L DESCUENTO 0,10 €	 TENEDOR DENTAL ABEJONICA 4/10 DESCUENTO 0,35 €	<p>1. Elige 6 ofertas 2. Imprime los cupones- descuento y realiza tu compra 3. Presenta en caja los cupones y tu tarjeta Consum. y disfruta tus descuentos inmediatamente</p>
 TIRAS BACON COTIN 2L DESCUENTO 0,10 €	 COCA COLA PAQU. CON 1L DESCUENTO 0,60 €	
 PASTA FIDE PARA LONCH. CON 1KG DESCUENTO 0,15 €	 PASTA NETA BARRILLA DESCUENTO 0,25 €	

[Volver a Pantalla](#) [Corregir selección](#) [Imprimir cupones](#)

Introduce el código de
tu tarjeta en el lector



Innovación

La innovación es la base fundamental para mejorar la eficiencia en la gestión, y por tanto, aumentar la satisfacción del cliente. En 2011, pese a la crisis, se ha realizado una importante apuesta por la innovación con la inversión de 6,4 millones de euros, un 25% más que el ejercicio precedente.

Destaca la realización de una experiencia piloto en 18 puntos de venta con una pantalla interactiva "Punto Oferta" que suministra la oferta personalizada a los socios-clientes a través de su tarjeta; de una prueba para la adaptación del surtido a las necesidades de los clientes, y de un proyecto de colaboración entre empresas para la puesta en marcha de la tienda on-line.

Dos proyectos tecnológicos destacables en la gestión de los supermercados son la herramien-

ta de pronóstico estadístico de la previsión de ventas y la aplicación para la gestión de horarios y distribución de tareas, que se implantará en los ejercicios 2011 y 2012, para favorecer la aplicación del Plan de Igualdad y Conciliación de Consum, implantando además, una nueva herramienta de generación y envío automático de los cuadros de mando de Personal.

También se ha realizado la primera fase del almacén automático para baja rotación, que permitirá el servicio unitario y la reducción de los días de stock de la mercancía y que concluirá en 2012.

Para la gestión, el uso y el destino de la energía, se ha desarrollado Gestión+e, herramienta que ha permitido detectar puntos de mejora en toda la organización.

6,4
MILLONES DE EUROS

**CONSUM APUESTA POR LA
INNOVACIÓN CON LA INVERSIÓN
DE 6,4 MILLONES DE EUROS,
UN 25% MÁS QUE EL EJERCICIO
PRECEDENTE**



 *servicio a domicilio*
CONSUM



vehículo eléctrico



3/ Cooperar
es hacer de un gesto
un compromiso



3/ Cooperar es hacer de un gesto un compromiso

Política y gestión ambiental

(EC 2, EN 1, EN 2, EN 28, ES 5.8, ES 5.9)

Consum conoce el impacto medioambiental que puede generar su actividad y por ello, trata de reducirlo al máximo. Para lograrlo, evalúa cada año los aspectos ambientales y define los objetivos para mejorar el impacto ambiental. Estos objetivos van dirigidos a gestionar eficientemente los recursos naturales, la reducción progresiva de residuos y de consumos, la sensibilización de la plantilla en cuestiones ambientales y en planificar e implantar las medidas necesarias para garantizar, de forma sistemática, el cumplimiento de la normativa vigente en materia de gestión ambiental. Consum ha detectado,

como consecuencia del cambio climático, que se ha producido un incremento de costes de los recursos naturales, tales como el agua o la energía. Para paliar este efecto el Comité Ambiental de la Cooperativa ha iniciado los trabajos para desarrollar un plan de acción. En esta línea, debe destacarse que en 2011 no ha habido sanciones por incumplimiento de la normativa ambiental.

Cada uno de los indicadores que garantizan el seguimiento de estos objetivos dispone de metas, responsables, plazos de consecución y recursos adecuados para ello, en el Plan de Gestión de la Cooperativa.

MATERIALES UTILIZADOS EN PESO O VOLUMEN, QUE SON VALORIZADOS*

MATERIALES (KG)	2010	2011	% VALORIZADOS
Papel cartón	368.171,75	549.595,36	15 %
Metales	18.990,29	23.783,49	0 %
Plásticos PVC	60.502,81	59.702,49	0 %
Plásticos PET	113.257,53	32.441,65	0 %
Plásticos otros	1.899.014,30	1.416.034,76	0 %
Vidrio	70.903,58	31.610,56	0 %

*Datos correspondientes a año natural

En cuanto a los objetivos ambientales planteados para 2011, el Plan de Acción Medioambiental se ha iniciado con la puesta en marcha del Plan de Residuos, con el desarrollo de un sistema informatizado de registro de residuos peligrosos, cuyo control pasa a ser un aspecto significativo para el próximo ejercicio.

La organización ha priorizado la certificación del Servicio a Tiendas (Carta de Servicio) frente a las certificaciones ambientales, cuyo inicio se ha previsto para el ejercicio 2013. Por último, respecto al “Plan de movilidad”, analizadas las variables que le afectan se ha desestimado, priorizando la Certificación EFR con horarios de trabajo que favorezcan la conciliación.

Recursos naturales

(EN 3, EN 4, EN 5, EN 6, EN 7, EN 8, EN 9, EN 10, EN 21)

CONSUMO DIRECTO DE ENERGÍA

	2010	2011
Electricidad (Gj)	850.080,42	855.136,55
Gasoil (Gj)	383,6*	2.655,15

* Este dato no coincide con el publicado en 2010 debido a un error de cálculo ya subsanado.



La energía consumida es principalmente energía eléctrica; el gasto en gasoil se utiliza fundamentalmente para la alimentación de los grupos electrógenos en casos de emergencia, y para dar servicio a las Centrales y los centros ubicados en zonas con temperaturas extremas, como medida de prevención.

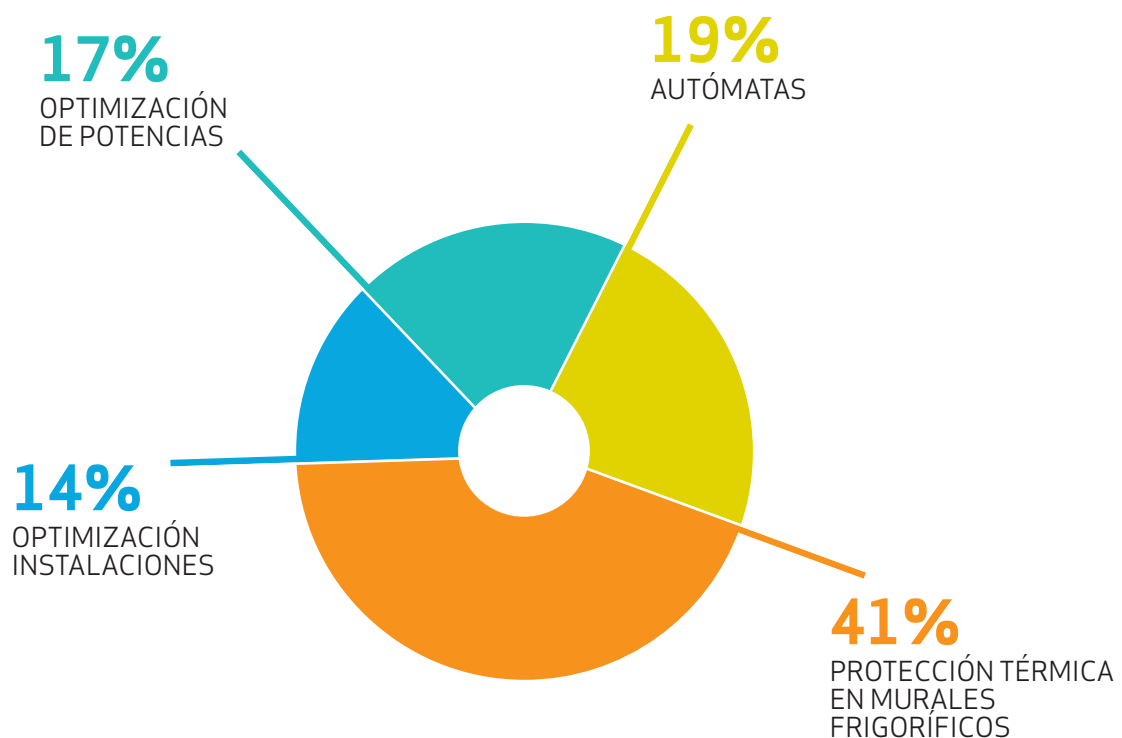
Otro dato relevante es que el 44% de la energía eléctrica consumida en 2011 procede de fuentes renovables.

Se muestra a continuación el ahorro repercutido por cada una de las medidas de eficiencia aplicadas:

EL 44% DE LA ENERGÍA ELÉCTRICA CONSUMIDA EN 2011 PROCEDE DE FUENTES RENOVABLES

44%

AHORRO PRODUCIDO POR ÁREAS DE ACCIÓN



3/ Cooperar es hacer de un gesto un compromiso

Con todas estas medidas, se ha conseguido ahorrar 32.878,8 Gj.

La red de supermercados Eco-eficientes alcanza los 258 centros, lo que representa el 60% del total de centros propios. Los centros Eco-

eficientes tienen un total de 18 medidas de ahorro implantadas por centro. Para asegurar el correcto funcionamiento de las instalaciones y mantener el uso más eficiente de los equipos se ha implantado un programa de gestión energética para control y seguimiento del consumo eléctrico.



CONSUMO INDIRECTO DE ENERGÍA (GJ)

	2010	2011
Gasoil (transporte de mercancía) (Gj)	3.017.112 *	3.097.783
Gasoil (Viajes de empresa) (Gj)	2.883.424 *	3.712.833
Gasoil (Transporte de trabajadores) (Gj)	119.706 *	97.075,5
Gasoil (Servicio a domicilio) (Gj)	278.226 *	276.575

* Este dato no coincide con el publicado en 2010 debido a un error de cálculo ya subsanado.



Como política de empresa, Consum establece que los desplazamientos por motivo de trabajo se realicen en transportes eficientes, principalmente el tren. Otra iniciativa de la organización, por su política de conciliación, es favorecer la proximidad del puesto de trabajo al domicilio de

los trabajadores, lo que permite la reducción del consumo indirecto de energía.

Con la finalidad de desarrollar un reparto de la compra a domicilio más sostenible, en 2011 se ha iniciado una prueba piloto con un vehículo eléctrico.

CAPTACIÓN TOTAL DE AGUA POR FUENTES (M³)*

	2010	2011
Abastecimiento municipal	357.860	277.202
Vertido al alcantarillado	354.281	274.430

* Los cálculos de los consumos se realizan en base a las facturas contabilizadas en el ejercicio económico.

En 2011 hemos ahorrado un 22% en el consumo de agua, por el mayor seguimiento realizado sobre los consumos, que ha permitido actuar ante las desviaciones.

No se afectan fuentes de agua por la captación, ya que es de abastecimiento municipal y no se recicla y/o reutiliza agua, ya que se vierte toda al alcantarillado público por ser considerada agua residual de tipo doméstico.



Emisiones, residuos y vertidos

(EN 16, EN 17, EN 18, EN 19, EN20, EN 22, EN 23, EN 24, EN 26, EN 27, EN 29, EN 30, CS 2, CS 3, CS 4, CS 5)

EMISIONES TOTALES DIRECTAS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (TN CO₂E)

EMISIONES POR ELECTRICIDAD (CO ₂)	2010	2011
	52.686,2*	53.167,6

*Este dato no coincide con el publicado en 2010 debido a la implantación de una nueva herramienta de cálculo de la huella de carbono equivalente.

EMISIONES TOTALES INDIRECTAS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (TN)

EMISIONES POR TRANSPORTE	2010	2011
CO	198,63	203,9
NO _x	434,5	446,1
HC	69,52	71,4
CO ₂	20.483,28	21.030,9
SO ₂	39,48	40,5

Información basada en la RAL TUM 26-07-02

En el caso de la contaminación atmosférica, en 2011 han aumentado sólo un 1% las emisiones de CO₂, pese al crecimiento de la Cooperativa.

EMISIONES TOTALES INDIRECTAS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (TN CO₂E)

EMISIONES POR MOVILIDAD, VIAJES Y SERVICIO A DOMICILIO (TN CO ₂ E)	2010	2011
Movilidad trabajadores	23,87	19,4
Movilidad trabajadores por destinos diferentes a los habituales	665,34	929,9
Servicio a domicilio	865,45	860,32



Aunque se ha trabajado en la racionalización de las rutas, la expansión de la Cooperativa, requiere de más desplazamientos. Con la nueva plataforma de Las Torres de Cotillas, se reducirá este parámetro.

En 2011, y en colaboración con los proveedores industriales, se ha llevado a cabo el proyecto de sustitución de los gases efecto invernadero, permitiendo un mayor rendimiento, y como medida preventiva de la contaminación atmosférica por fugas.

Derivado de la evaluación de aspectos ambientales, los puntos de mejora se centran en el control del consumo de materiales. En el ejercicio 2011 se ha iniciado la adecuación de las balanzas de frescos, sustituyendo el ticket de balanza por una etiqueta adhesiva, más pequeña, que reduce a la mitad la necesidad de papel. La dosificación de los productos de limpieza y desinfección de los centros de trabajo, y de los materiales para la logística inversa, han permitido reducirlos de manera significativa.

El cobro de la bolsa porta-compra ha conseguido reducir su uso en un 75%. Esta medida, junto al cambio realizado en la bandeja de horno, ha permitido situar a Consum en el nivel de requerimientos indicados en el PNIR. También se han implantado las bandejas de cartón en la sección de horno, envases 100% reciclables y biodegradables.

Otra mejora realizada en el ejercicio 2011, ha sido la integración del sistema de registro informático de la gestión de residuos peligrosos, por lo que ha pasado a ser un aspecto significativo para el próximo ejercicio.

El resultado de las auditorías sobre contaminación acústica indica que la medida del ruido producido por la actividad sigue por debajo del límite legal establecido. Las medidas para minimizar la contaminación acústica en las tiendas se siguen centrando en la instalación de suelo insonorizado, en dotar de traspaleas con ruedas blandas, y en la adquisición de carros de compra de plástico. Como ya es habitual, se insonorizan las salas de máquinas y los sistemas de aire acondicionado en las nuevas aperturas y reformas.

En lo que respecta a la contaminación lumínica, el 100% de las luminarias exteriores son de baja dispersión hemisferio superior y cuando termina el horario comercial del centro se apaga la iluminación.

**EN 2011 HEMOS REDUCIDO
UN 75% EL CONSUMO DE
BOLSAS PORTA-COMPRA**

75%





DESGLOSE DE RESIDUOS POR TIPO

RESIDUO	TRATAMIENTO	2010	2011
Cartón (Tn)	Valorización	15.123	14.762
Plástico (Tn)	Valorización	1.094,09	936
Orgánico (Tn)	Vertedero	17.607,8	8.540,54
Sandach (Tn) ¹	Valorización	1.215,7	1.486,34
Toner (kg)	Valorización	1.312,2	1.618,8
Chatarra (Tn)	Valorización	56,23	86,4
RPs (Tn)	Gestor Autorizado nacional ²	8,7	7,05
Vertidos por accidentes	Gestor Autorizado nacional	0	0

1 Los residuos de sandach corresponden al año natural, a diferencia del resto de residuos que coinciden con el ejercicio económico.

2 Los RPs son transportados. No hay importación, exportación ni tratamiento como indica la legislación.

La política de prevención de envases y embalajes, sumada al control de los residuos y a los sistemas de eficiencia energética, han contribuido a mejorar la huella de carbono de Consum en un 16% respecto al año anterior, un avance importante en la reducción del impacto ambiental de la Cooperativa.

Durante 2011, y a través de la colaboración con Ecopilas, Consum ha recogido el 44% de las pilas puestas en el mercado, contribuyendo al tratamiento adecuado de 44,6 Tn de pilas.



EVOLUCIÓN DE LOS GASTOS E INVERSIONES AMBIENTALES

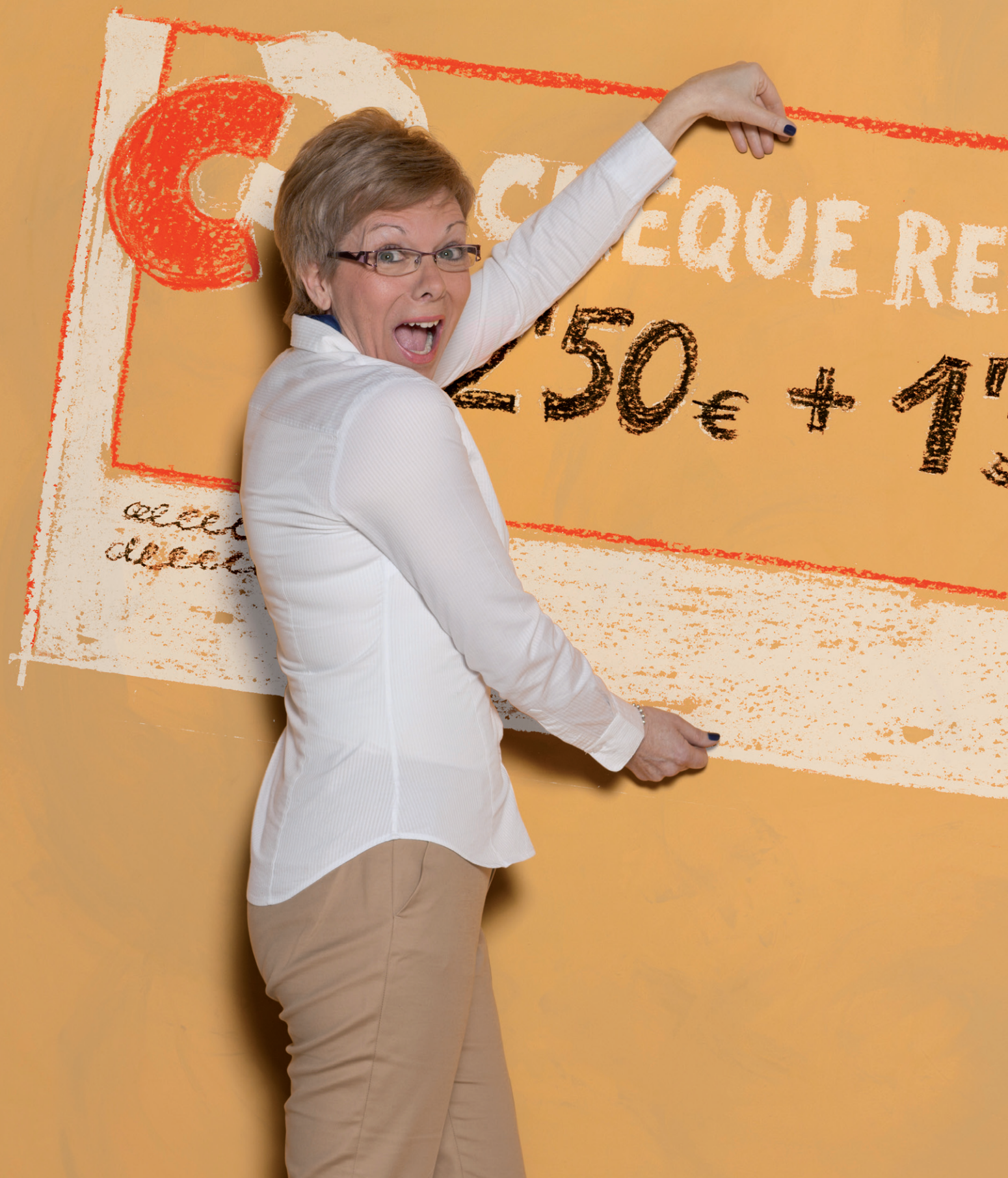
INVERSIONES AMBIENTALES (€)	2010	2011
Gestión de residuos	2.461.205,24	1.681.008,85
Limpieza y gestión	306.861,94	230.949,10
Asesoramiento ambiental	53.502,2	96.658,32
Envases y embalajes	298.493,76	287.766,58
Clasificadores de residuos	4.120,74	0
TOTAL	3.124.183,88	2.296.382,85

En cuanto a la formación y sensibilización ambiental, cabe destacar que en 2011 Consum ha continuado formando a sus socios-clientes y trabajadores a través de las revistas que edita,

tanto para su personal como para los socios-clientes, así como a través del módulo formativo ambiental para las nuevas incorporaciones. En total, 10 artículos divulgativos y 16 sesiones de acogida.

16%

CONSUM HA REDUCIDO SU
HUELLA DE CARBONO UN 16%
EN 2011



4/ Cooperar es ganar para compartir



Cooperar es ganar para compartir

Con las personas trabajadoras

(2.8, EC 7, EC 9, LA 1, LA 2, ES 2.3, ES 5.10, ES 5.11, ES 5.12, CS 6)

Consum, como empresa de economía social, tiene su eje central puesto en las personas. De hecho, la generación de empleo estable y de calidad es el objetivo fundamental de la Política de Personal de la Cooperativa, así como la formación continua como clave para el desarrollo personal y profesional de las personas que trabajan en Consum.

Con la finalidad de promover la calidad de vida en el trabajo, la Cooperativa apuesta por la promoción interna y el fomento de la igualdad de oportunidades y de la diversidad. La conciliación de la vida personal y laboral es otro de los grandes ejes de trabajo de la organización, con un enfoque de sistema responsable de gestión de las personas que, al tiempo que aumenta la satisfacción y bienestar de la plantilla, contribuye a mejorar los indicadores de actividad de la empresa.

La plantilla de Consum se ha situado en 10.103 personas al cierre del ejercicio 2011. De ellas, el 75,6% son mujeres y la media de edad es de 37 años. Las cifras también hablan de empleo estable y de calidad, ya que el 97% de las personas que trabajan en Consum son socios, fijos o socios en periodo de prueba. Los 8.955 socios trabajadores participan en la propiedad, en la gestión y en los resultados.

En 2011, la plantilla de la Cooperativa se ha incrementado en 214 personas respecto al ejercicio anterior. Se trata de un dato positivo, en un año marcado por la crisis económica y el aumento del desempleo. Este dato evidencia el compromiso de la Cooperativa con la creación y mantenimiento de puestos de trabajo. Además, Consum ha generado 1.093 puestos de trabajo indirectos en 2011, principalmente por la construcción de la nueva plataforma logística de Las Torres de Cotillas, por el crecimiento de la plantilla de la red de franquicias Charter, de las empresas de transporte, limpieza, seguridad y servicio a domicilio.

En el caso de contratación externa, la política de selección en Consum se caracteriza por dar prioridad a la contratación de personal residente en las zonas en que opera y, a nivel interno, a la cobertura de puestos de responsabilidad a través del procedimiento de promoción interna. Por su parte, el personal directivo de Consum también procede de las zonas en las que operamos.

En el ejercicio 2011, 513 trabajadores se han beneficiado de la política de promoción interna de la Cooperativa, de los que 364 son mujeres y 149 son hombres.



PERSONAL POR TIPO DE JORNADA Y SEXO

	HOMBRE	MUJER	Total general	%
JORNADA COMPLETA	2.265	5.893	8.158	80,7%
JORNADA PARCIAL	208	1.737	1.945	19,3%
TOTAL	2.473	7.630	10.103	100,00%



PERSONAL POR REGIÓN Y SEXO

Comunidad Autónoma	TOTAL		TOTAL TRABAJADORES	
	MUJERES	HOMBRES	NUM.	%S/TOTAL
C. Valenciana	5.695	1.625	7.320	72,4%
Cataluña	1.360	711	2.071	20,5%
Murcia	279	85	364	3,6%
Castilla-La Mancha	193	25	218	2,2%
Andalucía	103	27	130	1,3%
TOTAL	7.630	2.473	10.103	100,00%

PERSONAL POR TIPO DE CONTRATO

	SOCIOS		TRABAJADORES FIJOS		TEMPORALES		SOCIOS EN PERIODO DE PRUEBA		TOTAL PLANTILLA
	Num.	% s/ total	Num.	% s/ total	Num.	% s/ total	Num.	% s/ total	% s/total
2010	8.310	84,03%	1004	10,15%	335	3,38%	240	2,42%	9.889
2011	8.955	88,77%	656	6,5%	321	3%	171	1,73%	10.103

EVOLUCIÓN DE SOCIOS TRABAJADORES

	ALTAS	BAJAS
2010	976	560
2011	992	410

En Consum, la media de permanencia en la empresa de una persona trabajadora de Consum es de 7,72 años. En 2011 ha habido 3.862 altas en Consum, debidas a puestos de trabajo estacionales, como campañas, interinajes, etc. Por otro lado, el número de bajas ha sido de 3.626.

La rotación media de la plantilla estructural de Consum, integrada por los socios trabajadores, es de 3,34 años. Un buen dato en relación a la rotación media del sector de la distribución co-

mercial. La rotación del personal no socio no se contempla debido al escaso porcentaje que representan sobre el total y a que se trata en su mayoría de trabajos estacionales que cubren periodos vacacionales totalmente identificados. La herramienta de gestión de personal, en proceso de implantación, no permite disponer del desglose de la rotación por edad, discapacidad, género y región.



Participación

(4.4, 4.6, LA 5, ES 2.1, ES 2.2, ES 3.1, ES 3.2, ES 3.3, ES 3.4, ES 3.7, ES 3.8, ES 6.1)

Para que un trabajador sea admitido como socio trabajador de Consum, las condiciones requeridas son ser mayor de edad o disponer de la correspondiente autorización legal, haber superado el periodo de prueba que se haya pactado y aceptar las condiciones socio-laborales y demás responsabilidades que ello conlleva. El socio puede darse de baja notificándolo por escrito al Consejo Rector en los plazos establecidos en los estatutos.

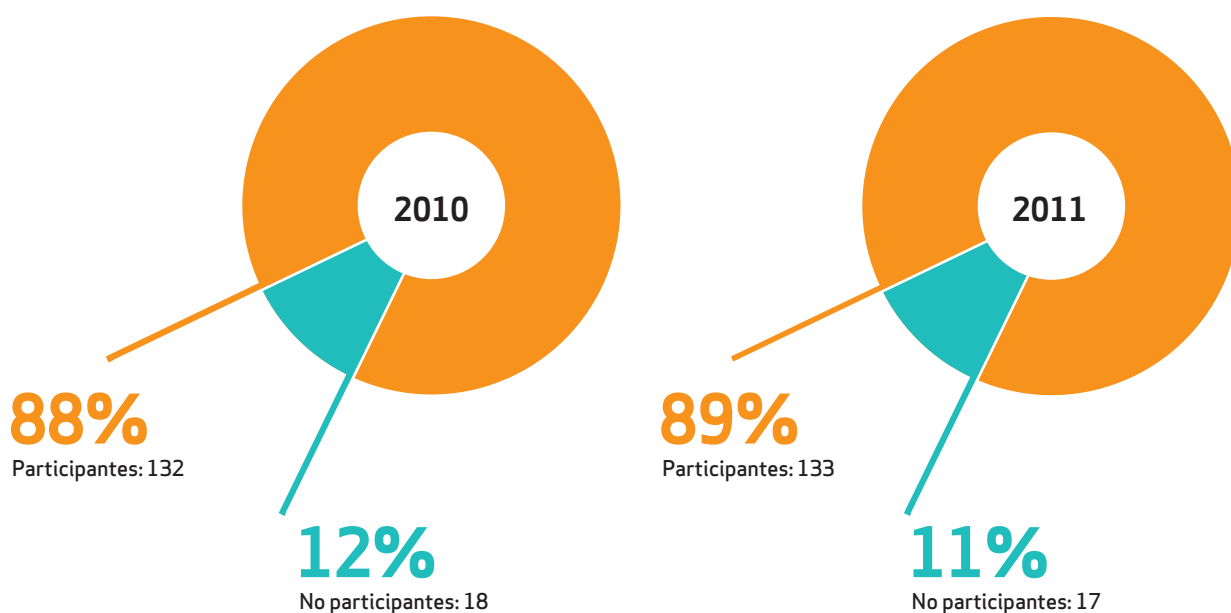
En cuanto a los socios consumidores, para darse de alta o baja basta con ser mayor de edad y solicitarlo formalmente al Consejo Rector a través de la solicitud oficial. Las personas jurídicas que

tengan la condición de consumidores y usuarios con arreglo al Estatuto de Consumidores y Usuarios de la Comunidad Valenciana también pueden ser socios consumidores. La baja se realiza también mediante comunicación escrita al Consejo Rector.

La Asamblea General de Delegados, máximo órgano de gobierno de la Cooperativa, la componen 150 miembros, 75 de ellos en representación de los socios trabajadores y otros 75, representando a los socios consumidores. De esta manera, el 100% de los socios, a través de los delegados, tienen derecho a voto, tanto sean consumidores como trabajadores.

PARTICIPACIÓN REAL EN LOS ÓRGANOS DE GOBIERNO DE LA COOPERATIVA.

ASAMBLEA GENERAL





La renovación de miembros en los más importantes órganos de representación de la Cooperativa se realiza periódicamente por los socios de la siguiente manera:

- El Consejo Rector se renueva por completo cada 4 años.
- El Comité Social se renueva por completo cada 4 años.
- Los Delegados a la Asamblea General se renuevan por completo cada 3 años.

En todos los casos, no hay límite de presentación a la reelección en las diferentes convocatorias. En 2011 se ha renovado el Comité Social, Representantes Sociales y Delegados de Asamblea General.

Los grandes foros que favorecen el intercambio de información y la toma de decisiones en la Cooperativa son el Consejo Rector, la Asamblea

toma de decisiones, ya que aunque hay determinados foros a los que sólo tienen acceso los socios, existen otros, como las reuniones de centro, en los que pueden participar todos los trabajadores.

La segunda quincena de febrero de cada año el Consejo de Dirección presenta a la línea de mando los cambios organizativos del ejercicio en curso. Éstos, a su vez, disponen de aproximadamente un mes para trasladar esta información a sus equipos. Ante novedades puntuales, el criterio de comunicación interna es informar a los trabajadores al menos un día antes a que el tema surja ante la opinión pública.

La descripción del proceso preparatorio del máximo órgano de representación social, la Asamblea General, se detalla minuciosamente en el capítulo III de los Estatutos Sociales, rela-

100%

TODOS LOS TRABAJADORES DE CONSUM PUEDEN PARTICIPAR EN LOS GRUPOS O ESPACIOS GENERADOS PARA FAVORECER LA TOMA DE DECISIONES

General y el Comité Social, a los que se suman las Juntas de Socios, así como la Asamblea de Comisiones Delegadas del Comité Social. A ello, se debe añadir otros grupos de trabajo que tienen lugar durante las reuniones quincenales del Director de Gestión de Tiendas con sus ejecutivos, que a su vez se reúnen también quincenalmente con los jefes de zona y éstos con los Jefes de Tienda, así como la reunión mensual que se produce en todos los centros de trabajo, con la participación de los representantes sociales.

Por el modelo de organización participativa de la Cooperativa, la totalidad de los 10.103 trabajadores de Consum puede participar en los grupos o espacios generados para favorecer la

tivo a los órganos sociales, la composición de la Asamblea General, las Juntas Preparatorias y el Consejo Rector de la Cooperativa. Los requisitos y limitaciones existentes en la soberanía de gestión de los máximos órganos de decisión de la Cooperativa se especifican en los Estatutos Sociales, donde se determinan las competencias, adopción de acuerdos, responsabilidades de sus miembros y procedimientos para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno.

Conciliación de la vida personal y profesional

(4.8, EC 1, EC 3, EC 5, LA 3, CS 7, CS 8)

En 2011, el Comité de Igualdad y Conciliación de Consum ha establecido nuevos objetivos para el Plan de Conciliación 2009-12, período que coincidirá con el del nuevo Plan Estratégico. Estos objetivos son:

- Mejorar el bienestar del personal con discapacidad con la creación de una paga anual de 300 euros.
- Mejorar la comunicación de la medida “Seguro de vida y accidentes”.
- Identificar los frenos que dificultan el acceso de las mujeres a puestos de responsabilidad.
- Establecer objetivos concretos de promoción de las mujeres en planes de Gestión y de Igualdad.
- Estudiar una nueva medida de ayuda a las trabajadoras víctimas de la violencia de género.
- Sensibilizar a través de campañas de comunicación interna sobre las medidas de conciliación.

En 2011, Consum ha seguido ampliando la certificación de Empresa Familiarmente Responsable (EFR) a más centros de la cooperativa, alcanzando los 171 centros de trabajo y a 5.189 personas. En estos momentos, Consum se mantiene como la única empresa de distribución comercial en España que posee este certificado de la Fundación+Familia, con el aval del Ministerio de Sanidad, Servicios sociales e Igualdad. Este certificado reconoce el esfuerzo de Consum en la implantación de políticas y acciones de conciliación de la vida familiar y laboral, y su implantación en 171 centros de trabajo. Para dar visibilidad a este esfuerzo se ha creado un distintivo EFR que se coloca en la entrada de los centros que han obtenido el certificado.

Es importante destacar que Consum ha invertido en conciliación 5,3 millones de euros en 2011, lo que supone 529 euros por trabajador.



**CONSUM HA INVERTIDO EN CONCILIACIÓN
5,3 MILLONES DE EUROS EN 2011, LO QUE
SUPONE 529 EUROS POR TRABAJADOR.**

5,3
MILLONES DE EUROS



Consum presentó en noviembre, en la Asamblea de Comisiones Delegadas del Comité Social, dos nuevas medidas que se suman a su catálogo de medidas de conciliación “+de 50 Medidas para Conciliar”, en el que se recogen un total de 64 medidas de las cuales sólo 15 son medidas legales y 49 van más allá de la legislación vigente. Una de las nuevas medidas corresponde a la paga anual por discapacidad de 300 euros. Respecto a la campaña de sensibilización en conci-

liación e igualdad, se elaboró un calendario del año 2012 con mensajes en cada mes para concienciar a la plantilla que fue entregado junto con la nómina.

Cabe destacar que todas las personas que trabajan en la Cooperativa disfrutan, en general, de los mismos beneficios sociales independientemente del tipo de jornada que tengan, aunque hay ventajas vinculadas a la condición de socio.

PORCENTAJE DE PERSONAS QUE DISFRUTAN DE CADA MEDIDA DE CONCILIACIÓN TRABAJO-FAMILIA-OCIO Y BENEFICIOS SOCIALES

MEDIDAS DE CONCILIACIÓN	2010	2011
Liderazgo y estilo de dirección		
Evaluación del desempeño	82%	94,6%
Calidad en el empleo		
Estabilidad del puesto de trabajo	97%	97%
Servicio médico	30%	30%
Préstamos para socios/as	2,4%	2,6%
Reparto de beneficios para socios	84%	88,7%
Compensación por vacaciones fuera del periodo estival	3%	2,3%
Flexibilidad temporal y espacial		
Jornada continua	100% centrales 93% tiendas	100% centrales 100% tiendas
Traslados por proximidad centro de trabajo-domicilio	26,6%*	8,2%*
Apoyo a la familia		
Permiso de Lactancia acumulado	3,6%	3,8%
Permiso de Paternidad retribuido de 4 semanas	0,8%	0,9%
Vale-canastilla para socios	3,6%	3,7%
Paga por hijos/as con discapacidad	0,7%	0,8%
Concurso Tarjetas Navideñas	20%	24%
Protocolo de la protección de la maternidad	4,7%	4,3%
Licencia por riesgo en el embarazo 100% salario	3,9%	3,7%

*Porcentaje de solicitudes de traslado concedidas.

Estas medidas, encaminadas a mejorar la calidad de vida en el trabajo, han permitido un aumento de la productividad de un 10%, así como un descenso de un 41% del absentismo y de un 61% de la rotación desde 2007, año en que comenzó a aplicarse el Plan de Conciliación de Consum.

Consum, en coherencia con los valores de la Cooperativa para favorecer las condiciones de igualdad y participación de todos los socios, tiene como criterio aplicar la misma base salarial a todos sus trabajadores, con independencia del salario mínimo establecido en los convenios colectivos de cada zona en la que actúa. De este modo, el salario base del socio trabajador de la Cooperativa es siempre superior al salario mínimo local.

El salario base en Consum es de 1.085,28 euros/mes para el personal asalariado y 1.178,84 euros/mes para el personal socio. Durante 2011, el salario mínimo interprofesional se ha situado en 748,25 euros, incluyendo complementos salariales, con lo cual el salario base de Consum es superior en más de un 45% en ambos casos.

Los gastos salariales totales de la Cooperativa durante el ejercicio económico de 2011 ascienden a 227 millones de euros, e incluye salarios, pensiones y otras prestaciones e indemnizaciones.

GASTOS SALARIALES TOTALES

	GASTO SALARIAL
2010	205.570.275 €
2011	227.135.526 €

Respecto al reparto de beneficios anuales de la Cooperativa entre los socios trabajadores, en 2011, los socios y socias se han repartido 11,9 millones de euros, el 79,5% de los resultados cooperativos de Consum en 2010, a lo que hay que añadir los intereses percibidos por las

aportaciones obligatorias a capital social, la cantidad de 5,8 millones de euros, lo que suma un total de 17,7 millones de euros. Por tanto, sumando ambos conceptos, cada socio ha recibido de media la cantidad de 2.130 euros.

17,7
MILLONES DE EUROS

EN 2011, LOS SOCIOS Y SOCIAS SE HAN REPARTIDO 17,7 MILLONES DE EUROS

Igualdad de oportunidades

(LA 2, LA 13, LA 14, HR 4, ES 5.7, ES 5.10, ES 5.11)

El Comité de Igualdad y Conciliación de Consum ha seguido trabajando en el Plan de Igualdad. Fruto de ello, en 2011 la Cooperativa obtuvo el Visado del Plan de Igualdad de la Generalitat Valenciana. Una de las medidas derivadas de este plan de igualdad era establecer acciones que facilitaran el acceso de las mujeres a puestos de responsabilidad. Por ello, en este ejercicio se elaboró un estudio, cuyo objetivo era identificar los obstáculos que dificultan el acceso de las mujeres a puestos de responsabilidad. Las conclusiones de este estudio servirán para fijar nuevos objetivos en el año 2012.

Consum potencia la implantación de sistemas abiertos de contratación dirigidos a personas con dificultades, ayudando a los jóvenes a encontrar su primer empleo y estableciendo los mismos criterios salariales para hombres y mujeres. Cabe destacar que Consum cuenta con un Comité de Relaciones Internas que vela, entre otras cosas, por la no discriminación entre los trabajadores. En este sentido, Consum no tiene demandas por discriminación laboral a lo largo de su historia cooperativa.

La diferencia entre el índice salarial medio de hombres y mujeres es de 0,45 en valor absoluto, lo que representa un 24,5%. Esta diferencia se debe a la tardía incorporación de la mujer a puestos de responsabilidad y, fundamentalmente, a las diferencias salariales existentes entre el personal incorporado procedente de las adquisiciones de varias cadenas en ejercicios precedentes. En cualquier caso, se trata de un porcentaje inferior al del ejercicio anterior y la Cooperativa tiene el firme compromiso de continuar reduciéndolo a través del Comité de Conciliación e Igualdad.

Se puede decir que estas acciones ya van dando resultados. En la dirección de las tiendas, el 55,6% de los cargos ya están ocupados por Directoras y Jefas de Tienda.

En el Consejo Rector (máximo órgano de representación y gobierno, con una composición paritaria entre socios trabajadores y socios consumidores-clientes, y renovado en 2010), la representación de las mujeres alcanza actualmente el 67%, fruto de la política de igualdad promovida por la Cooperativa. Finalmente, el Comité Social, órgano de representación exclusivo de las socias y socios trabajadores, está compuesto por 16 miembros, nueve de los cuales son mujeres, entre ellas la presidenta.

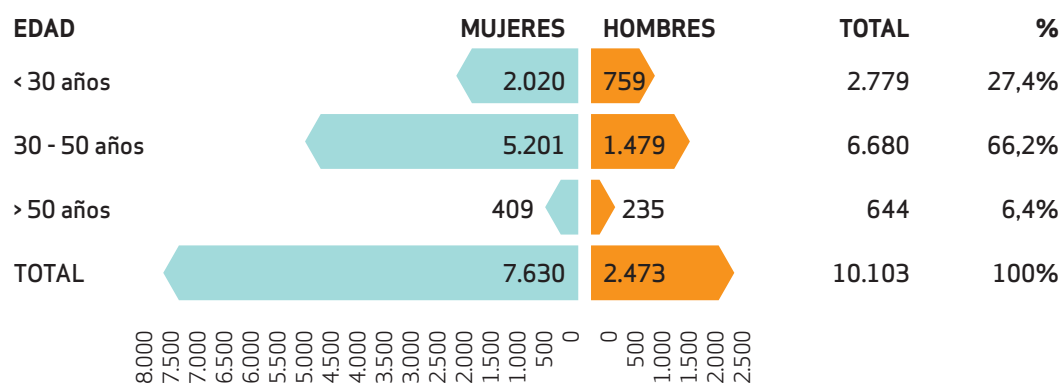
LA REPRESENTACIÓN DE LAS MUJERES EN EL CONSEJO RECTOR ALCANZA ACTUALMENTE EL 67%, FRUTO DE LA POLÍTICA DE IGUALDAD PROMOVIDA POR LA COOPERATIVA

67 %





DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR EDAD Y SEXO. EDAD MEDIA



EDAD MEDIA 37 años



COMPOSICIÓN DE LOS ÓRGANOS DE GOBIERNO

	MUJER	HOMBRE	EDAD MEDIA	MINORÍAS
Asamblea General	75%	25%	> 50 años	0%
Consejo Rector	67%	33%	30-50 años	0%
Comité Social	50%	50%	30-50 años	0%

PERSONAS DISCAPACITADAS EN LA ORGANIZACIÓN POR SEXO, DEDICACIÓN Y TIPO DE CONTRATO

	HOMBRE	MUJER	TOTAL
Jornada completa	29	49	78
Jornada parcial	6	2	8
TOTAL	35	51	86
Contrato Indefinido	35	50	85
Contrato Temporal	0	1	1
TOTAL	35	51	86
Edad Media	30-50		

Cabe destacar que, del total del personal con discapacidad, tan sólo una persona cuenta con contrato temporal.

PERSONAS DISCAPACITADAS EN LA ORGANIZACIÓN POR COMUNIDADES

COMUNIDAD	HOMBRE	MUJER	TOTAL
Comunidad Valenciana	25	36	61
Cataluña	9	8	17
Murcia	1	6	7
Castilla-La Mancha	0	1	1
TOTAL	35	51	86

Formación y mejora continua

(4.17, EC 4, LA 4, LA 10, LA 11, LA 12, HR 3, HR 5, SO 2, SO 3, SO 4, ES 3.6, CS 9, CS 10)

La formación es un factor fundamental para la adquisición de nuevas competencias y habilidades, además de para la promoción interna de los trabajadores y la inserción laboral de los colectivos con un mayor índice de desocupación. Consum dedica anualmente importantes recursos al desarrollo profesional, ya que la inversión en formación es parte de la cultura de la Cooperativa.

La organización ha invertido en formación un 1,34% con relación a la masa salarial de la empresa, y esto se traduce en más de 145.438,25 horas de formación reglada, con un total de 7.625 participantes en las 166 acciones formativas desarrolladas. De este número de horas, el 53% se corresponde con acciones de formación presencial en aula, el 30% a monitorías y formación en puesto de trabajo, y el 17% corresponden a los programas de formación a distancia tutorizada. La media de horas de formación por participante fue de aproximadamente 17,7 horas. La proporción de mujeres que han participado en los programas de formación es del 68,5%. Cada persona ha participado en una media de 2,4 acciones de formación.

Cabe destacar que la práctica totalidad de las ayudas financieras recibidas de los gobiernos autonómicos o locales revierten en la formación profesional y societaria de los trabajadores. En 2011 Consum ha recibido en concepto de subvenciones 537.055 euros, una cantidad similar a ejercicios anteriores que, en consonancia con su cultura corporativa, hace posible el compromiso de Consum por la mejora profesional de todos sus trabajadores.

Dentro de los programas formativos desarrollados en este ejercicio, destacan los destinados a la formación en Habilidades con 16.000 horas y 2.300 participantes; a la formación en Prevención de Riesgos se han dedicado más de 12.500 horas con 3.640 participantes; a la formación en Seguridad Alimentaria, 15.000 horas y han participado alrededor de 3.800 personas. También reseñar las Escuelas de Frescos con una dedicación de 17.000 horas y 941 personas.

FORMACIÓN. PORCENTAJE DE PERSONAL RESPECTO AL TOTAL DE PLANTILLA QUE HA REALIZADO ACTIVIDADES DE FORMACIÓN

	FORMACIÓN	FORMACIÓN EN ECONOMÍA SOCIAL
2010	65,11%	4,5%
2011	75,6%	9,4%

Todos los trabajadores que se incorporan a la Cooperativa reciben formación específica en ética profesional con la finalidad de garantizar el respeto de los derechos humanos en lo que concierne a la actividad de Consum y la no corrupción en el puesto de trabajo. En 2011 han recibido formación en materia de ética profesional 1.041 personas, con una dedicación de 2.082 horas, lo que supone un 10,3% de empleados formados este año en estas políticas. En este sentido, cabe destacar que la totalidad de las unidades de negocio de Consum cuentan con un protocolo específico para prevenir y corregir las situaciones susceptibles de corrupción, que establece la expulsión de los socios

de trabajo y la detracción del capital, según los estatutos de la Cooperativa, o el despido de los trabajadores no socios que lo incumplan. En 2011, se han producido 9 expulsiones por este motivo.

Todas las sesiones de formación interna presencial son valoradas a través del cuestionario “Evaluación de la acción formativa por el asistente”. El formador también evalúa a los asistentes. Por otra parte, tras la finalización de los cursos se cumplimenta el cuestionario “Seguimiento de la acción formativa en el puesto de trabajo” y los resultados son tenidos en cuenta para la elaboración del Plan de Formación del año siguiente.

PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN POR CATEGORÍA Y TIPO DE FORMACIÓN

CATEGORÍA	MANDOS		TÉCNICOS		PERSONAL OPERATIVO		TOTAL PARTICIPANTES	TOTAL HORAS	MEDIA DE HORAS / PARTICIPANTE	MEDIA DE HORAS / PLANTILLA
	Horas	Personas	Horas	Personas	Horas	Personas				
ATENCIÓN AL CLIENTE	72	9	123	25	252	184	218	446	2,05	0,04
CALIDAD	326	413	162	52	14	7	472	502,25	1,06	0,05
ECONOMÍA-FINANZAS	96	1					1	96	96,00	0,01
ESCUELA DE FRESCOS	1.668	168	786	27	17.658	712	907	20.112	22,17	1,99
HABILIDADES	7.915	397	8.196	606	2.138	295	1.298	18.249	14,06	1,81
IDIOMAS	380	12	1.950	61	206	7	80	2.536	31,70	0,25
IGUALDAD	962	247	272	65	46	23	335	1.280	3,82	0,13
INSERCIÓN PROFESIONAL	1.100	42	1.108	41	10.388	299	382	12.596	32,97	1,25
INTEGRACIÓN SOCIOEMPRESARIAL	181	27	672	96	4.245	822	945	5.097,5	5,39	0,51
LOGÍSTICA	566	26	507	76	27	9	111	1.100	9,91	0,11
MANAGEMENT	2.840	71					71	2.840	40,00	0,28
MEJORA CONTINUA	294	14	1.080	88			102	1.374	13,47	0,14
MONITORÍAS	5.757	199	5.702	290	31.520	1.560	2.049	42.979	20,98	4,26
NUEVAS TECNOLOGÍAS	3.071	567	3.517	202	968	50	819	7.555	9,22	0,75
PREVENCIÓN RIESGOS LABORALES	587	131	1.182	295	11.216	2.813	3.239	12.984,5	4,01	1,28
SEGURIDAD ALIMENTARIA	939	228	1.610	365	13.142	3.262	3.855	15.691	4,07	1,54
TOTAL	26.754	2.552	26.865	2.289	91.819	10.043	14.884	145.438,25	9,77	14,39

Consum cuenta con un sistema de Evaluación de Desempeño Profesional. En 2011 se ha realizado esta evaluación desde el mes de febrero hasta junio, continuando con el proceso iniciado en 2008. En este proceso se detectan las necesidades de formación y se reconoce el trabajo bien hecho por parte del mando. Se han realizado un total de 9.361 evaluaciones, un 94,6% de la plantilla. La nota media obtenida es de 7,6, lo que equivale a 'Trabajo Sólido'.

El 94,4% de la plantilla de Consum, socios o socios en periodo de prueba, están cubiertos por el Reglamento de Régimen Interno. El 9,5% restante, personal no socio, se acoge al convenio colectivo propio de Consum.

Con la finalidad de proteger los derechos de libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos de los trabajadores no socios, éstos están representados a nivel sindical. La evolución de esta representación es acorde a la presencia de Consum en las diferentes comunidades autónomas en las que opera.



Seguridad y salud laboral

(LA 6, LA 7, LA 8, LA 9)

La Cooperativa cuenta con un Plan de Prevención, cuyo principal objetivo es la integración de la prevención de riesgos laborales en la gestión de la organización.

Para ello, Consum cuenta con un Comité de Seguridad y Salud compuesto por 9 miembros designados por la Dirección, otros 9 designados por el Comité Social y 7 técnicos de prevención. Todas las personas que trabajan en la Cooperativa están representadas en el citado Comité. El porcentaje de delegados de prevención y miembros del Comité de Seguridad y Salud con respecto al total de la plantilla es del 5,13%.

El Servicio de Prevención, junto a los departamentos de Desarrollo, Gestión de Tiendas y Logística, realiza un seguimiento de la Planificación de actividades preventivas de las tiendas y plataformas visitadas durante el año, con

el objetivo de que se cumplan todas las medidas correctoras propuestas por los técnicos de prevención y conseguir unas condiciones de trabajo más seguras para toda la plantilla.

Todas las personas que se incorporan a la plantilla de Consum reciben formación en prevención de riesgos laborales, además también reciben formación específica en salud a través de la revista interna *Bis*, así como sus familiares. Este tipo de formación también llega a la comunidad a través la sección de salud de la revista *Consum Entrenosotros*.

Respecto al índice de absentismo cabe destacar que en este año ha disminuido ligeramente respecto al año anterior, tanto en los casos de enfermedad como en los de accidentabilidad y, como en años anteriores, en 2011 no se ha producido ninguna muerte por accidente laboral.

FORMACIÓN EN PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

	2010	2011
Formación Básica	23%	23%
Formación Específica	7%	15%
TOTAL	30%	38%

	Total Absentismo	Absentismo IT (Enfermedad)	Absentismo AT (Accidentes Laborales)*	Índice de Incidencia
2010	4,14%	3,61%	0,53%	3,06%
2011	3,64%	3,17%	0,46%	2,7 %

* Dentro del porcentaje de accidentes laborales están incluidas las enfermedades profesionales. No obstante, en 2011 se han declarado cinco casos de enfermedad profesional.



Con los socios consumidores y clientes

(LA 8, SO 1, ES 2.3)

La participación activa de las socias y los socios consumidores de Consum en todos los aspectos de su actividad es uno de los rasgos diferenciales de la Cooperativa y la implicación de todos ellos es uno de los objetivos de la organización. Los valores de Consum se pueden resumir en la afirmación “escuchar para actuar como empresa responsable”, en la que se pone de manifiesto el compromiso de atender e integrar sus necesidades en la gestión de la Cooperativa.

En 2011 se dieron de alta 217.640 clientes como nuevos socios consumidores, hasta alcanzar la cifra de 1.695.669 socios, un número muy elevado que pone de manifiesto el buen funcionamiento del modelo societario y comercial de ventajas para el socio. Cabe destacar que en 2011, la Cooperativa ha superado la cifra de millón y medio de socios, hito que se celebró con un acto institucional dedicado a sus socios.



EVOLUCIÓN DE SOCIOS-CLIENTES



Los socios también participan en las acciones formativas e informativas que la Cooperativa promueve para ellos. Consum, como cooperativa de consumidores, es también una asociación de consumidores legalmente reconocida, y su objetivo social es promover los derechos de los consumidores y fomentar hábitos de vida sanos y saludables a través de su plan de acciones formativas e informativas, a las que destina aproximadamente el 10% de los beneficios.

El programa de “Vida Saludable” recoge las múltiples actividades de formación en materia de consumo dirigidas a los consumidores adultos y escolares, que realiza la Cooperativa, y contó en 2011 con una participación más de 32.370 personas.

En las 920 actividades dirigidas a adultos participaron 13.675 personas. Los contenidos más destacables han sido: Menú Saludable, Cocina Dietética y Tradicional, Cocina con Sentido, Degustación de Quesos y Chocolates, Cocina con Denominación de Origen - La Horchata y dos nuevos cursos: El Jamón (desarrolla el arte de cortar jamón, su implicación en la salud y aplicaciones culinarias) y Consum Te Inspira - Sorpresas de Navidad, en el que los asistentes elaboraron sus propias recetas al tiempo que los especialistas, siguiendo sus indicaciones.

Consum ha celebrado en Barcelona la entrega de la 2ª edición del Premio de Cocina Saludable, con una participación de más de 200 recetas adaptadas a los criterios de una buena dieta mediterránea.

32.370

EN LAS 920 ACTIVIDADES DEL
PROGRAMA DE VIDA SALUDABLE
PARTICIPARON 32.370 PERSONAS





Las actividades formativas dirigidas a los más pequeños, que combinan el aprendizaje sobre temas de consumo (alimentación, nutrición y seguridad alimentaria), con el juego, se desarrollaron a través de talleres como 'El Sambori de los Alimentos', 'Tots Cuinem', 'Tasta la Mediterranea' o 'Cocina al Cole', en las que participaron 15.598 niños y niñas.

Se lanzó la sexta edición del Concurso de Cuentos Consum para celebrar el Día Mundial del Consumidor bajo el lema "Un buen desayuno te da fuerza y energía". Con una participación total de 419 cuentos, que realizaron más de 3.100 escolares.



Información al consumidor

(SO 1, ES 3.5, ES 4.4)

Con la finalidad de mantener y garantizar una comunicación directa y bidireccional con sus socios-clientes, Consum cuenta con varios canales. Uno de los más destacados en la revista *Consum Entrenosotros*, una publicación bimestral exclusiva para los socios-clientes, especializada en alimentación y consumo, que también se hace eco de las actividades de la Cooperativa. En 2011 se ha incrementado la tirada total hasta alcanzar los 2,5 millones de ejemplares, llegando a más de 470.000 hogares. Atendiendo al compromiso con los socios de todas las regiones en las que Consum está presente, edita sus soportes de comunicación en las lenguas oficiales de estas regiones: castellano, valenciano y catalán.

Otro canal destacable, además, por su renovación en 2011, es la página web de Consum. El nuevo sitio web se ha desarrollado específicamente como canal de comunicación con todos los grupos de interés, con información, servicios y aplicaciones, que permiten tanto la formación como la participación de los distintos grupos. En 2011, la página web de Consum ha recibido más de 549.975 visitas, un 149% más que el año anterior, lo que pone de manifiesto la aceptación del nuevo medio de comunicación. Como dato significativo, destaca el número de 1.500 descargas de la Memoria de Sostenibilidad de 2010 en la web corporativa.





También se han abierto nuevos canales de comunicación con los grupos de interés a través de las redes sociales, iniciando la presencia de Consum en Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Flickr, Wikipedia o Scribd, y permitiendo la socialización de los contenidos de la web a través de la integración de los botones de actividad de dichas redes en la página web de la Cooperativa.

La Cooperativa cuenta, además, con espacios radiofónicos quincenales en Radio Valencia-Cadena SER, "Ser Consumidor", y en "La Mañana" de COPE Valencia, "Consum Entrenosotros", que se emiten quincenalmente, garantizando la

presencia en las dos principales cadenas de la Comunidad Valenciana por audiencia. Además, y con el objetivo de difundir los valores de Consum en Cataluña, se realizan emisiones semanales del espacio "RAC Consumidores" de RAC1, la emisora generalista más escuchada en Cataluña, según EGM.

Junto a la labor informativa y formativa llevada a cabo a través de los medios de comunicación comentados, Consum ha estado muy presente en los medios por motivos de actualidad. Durante 2011 se han registrado más de 1.700 impactos en medios de comunicación.



Satisfacción de los socios-clientes

(EN 28, PR 2, PR 4, PR 5, PR 7, PR 8, PR 9, SO 8)

Con el fin de mejorar y adaptarse a las necesidades de los socios-clientes, Consum cuenta con distintos medios para conocer su grado de satisfacción en cuanto al producto y servicio que les proporciona.

El registro y gestión de las incidencias recibidas a través del Área de Escucha Activa de Consum nos permite disponer de una completa información facilitada por los socios-clientes con

sus llamadas a este servicio y en este sentido, desde Consum se establece un sistema para conocer de forma directa la satisfacción de los socios y clientes.

En total se han atendido de 189.731 llamadas correspondientes a incidencias detectadas por los socios y clientes a lo largo de 2011, un 2% más que el año anterior, por el aumento del número de socios-clientes.

PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE



El nivel de satisfacción del servicio prestado desde el Área de Escucha Activa a las llamadas recibidas, se mide a través de un estudio cuyo resultado ha sido de 8 sobre 10, una décima por debajo del ejercicio anterior. El objetivo es continuar realizando este estudio de satisfacción, analizando resultados y mejorando los aspectos que los clientes demanden.

Consum también realiza de forma anual estudios para conocer la satisfacción del cliente y la valoración de los establecimientos por parte del socio-cliente. En 2011 ha obtenido una valoración de 7 en una escala de diez puntos, aumentando ligeramente el nivel de satisfacción del año anterior.

Con el objetivo de proteger los datos personales de los clientes y socios-clientes, Consum cumple con los protocolos de protección de datos dispuestos en la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal, tal y como refleja el resultado de la auditoría bienal realizada en 2010. La sistemática se recoge en el “documento de seguridad” elaborado por la Cooperativa, bajo el control del “Responsable de Seguridad” de la misma. Es importante destacar la ausencia de reclamaciones en relación a la privacidad y la fuga de datos personales de la plantilla y de los socios-clientes.

En el caso de producirse una sanción por incumplimiento normativo en relación al suministro y uso de productos y servicios, Consum asume la responsabilidad que se deriva de dicho incumplimiento.

EXPEDIENTES DE LA ADMINISTRACIÓN

TIPO	ACTAS SANCIONADAS	COSTE OCASIONADO
Códigos voluntarios	1	540
Etiquetado	5	11.637
Normativa	24	31.605
Ambiental	0	0
Márketing	0	0
LOPD	0	0
TOTAL	30	43.746



Programa para los socios-clientes

La Cooperativa también mantiene un fuerte vínculo con los socios-clientes, a través de su Programa de Interés de Consum. Cada socio recibe mensualmente en su hogar el folleto comercial, además de un extracto que detalla el importe de su compra y el correspondiente cheque descuento. Además, como complemento, se envía periódicamente promociones personalizadas por grupos de socios, según sus preferencias y hábitos de compra.

La tarjeta de fidelización, totalmente gratuita y también con posibilidad de tarjeta de pago, es la principal herramienta del Programa de Interés de Consum. Ésta puede solicitarse en cualquiera de los puntos de venta y permite a los socios acumular descuentos en las compras realizadas en Consum. También aplica descuentos al consumo de combustible realizado en las más de 3.000 gasolineras del grupo Solred. Los socios-clientes también pueden beneficiarse de descuentos en paquetes vacacionales de Viajes Iberia.

Sólo en 2011, los socios-clientes de Consum se han beneficiado de descuentos en sus compras del orden de 17,8 millones de euros, entregados en cheques descuentos, válidos para ser canjeados en la compra de cualquier tipo de producto en los supermercados. Los descuentos se han incrementado un 27% en 2011, lo que refleja la buena evolución del programa para los socios-clientes, que adaptándose a los hábitos de compra de cada cliente, mejora el modelo de relación de la organización con sus socios.

En cuanto al aspecto cualitativo, los socios-clientes reciben puntualmente la revista *Consum Entrenosotros* en sus domicilios, así como información puntual con la programación de las actividades de formación que, en materia de consumo se desarrollan exclusivamente para ellos.

Con la sociedad

Colaboraciones solidarias

(ES 5.1)

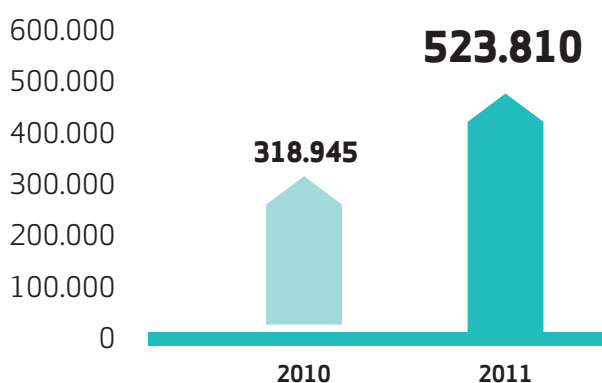
Consum, como empresa de economía social, tiene una de sus líneas de trabajo centrada en identificar acciones solidarias de apoyo a las personas que más lo necesitan, y a ello dirige esfuerzos, presupuestos y actuaciones. Consum mantiene el criterio de colaborar en proyectos de proximidad, tanto de la entidad con la que se colabora, como de los beneficiarios de la acción patrocinada.

Sólo en acción social, en 2011 se ha colaborado en más de un centenar de proyectos en todas las comunidades en las que Consum está presente. Entre los proyectos respaldados por Consum, mantenemos la colaboración con Aspañión, Afanoc, Pupaclown, Cáritas, Asociación Española contra el Cáncer, Asprona, Fundación Asindown, Asociación de Parkinson, Intermón Oxfam, Unicef (Champions for Africa), Cruz Roja y Banco de Alimentos, así como numerosos proyectos sociales con organizaciones de consumidores y con los ayuntamientos de las localidades en las que Consum opera, entre otros. Más de 45.000 euros es la cantidad destinada a estas colaboraciones.

Conscientes del compromiso que Consum tiene como empresa de distribución de alimentos, en una situación en la que llega incluso a faltar la comida en familias de su entorno, formalizó en 2011 una actuación que ya se realizaba puntualmente en alguno de sus centros, generalizándola. En aplicación de las exigencias de calidad establecidas, los alimentos se retiran previo a su caducidad, alimentos que son perfectamente consumibles y que son los que, ordenadamente y siguiendo un protocolo riguroso para mantener la seguridad alimentaria, se donan a entidades sociales que las reparten entre las personas que más lo necesitan. En este concepto se han donado más de 348.000 euros.

Junto a estas iniciativas también se han llevado a cabo diversas aportaciones de alimentos coordinadas desde las plataformas de distribución, que han superado los 118.000 euros. Desde Silla, El Prat y Las Torres de Cotillas se han donado a organizaciones como el Banco de Alimentos de Valencia y Barcelona, Médicos del Mundo de Valencia, Proyecto Vida de La Poble Llarga, Proyecto Hombre de Murcia o Cáritas de Valencia, Barcelona y Murcia.

COLABORACIONES, PATROCINIO Y ACCIÓN SOCIAL



COLABORACIONES, PATROCINIO Y ACCIÓN SOCIAL

ACTUACIÓN	Valor económico
Acción Social	45.565
Donación de supermercados	348.168
Donación de plataformas y escuelas de frescos	118.078
Otras	12.000
TOTAL	523.810

Durante el ejercicio de 2011, Consum ha destinado a proyectos de colaboración solidaria más de 523.000 euros, un 64,2% más que el ejercicio anterior.



Integración en el entorno

(4.12, 4.13, SO 1, ES 5.5)

La participación de Consum en asociaciones sectoriales abarca una amplia representación que comprende tanto al mundo empresarial como social y cooperativo. En 2011 Consum se ha adherido al Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Además, la Cooperativa está como miembro de pleno derecho en Asedas, Asucova, Fedacova, Cedac, Asumur, Asucam, CEV, Aecoc, Logistop, Asociación para el Desarrollo de la

Logística (ADL), Fundación Etnor, Fundación de Estudios Bursátiles, Fundación Sabor y Salud, Fundación Gea, Fundació Catalunya-Comerç, Ainia, Hispacoop, Asces, Federación de Cooperativas de Consumo de la Comunidad Valenciana y Federación de Cooperativas de Consumo de Cataluña, así como a las Cámaras de Comercio en las provincias donde Consum está implantada, entre otras.



Entre los principales proyectos voluntarios de colaboración con entidades nacionales e internacionales destacan:



Cátedra Consum, en la que Consum y la Universidad Politécnica de Valencia desarrollan un sistema de geomarketing para adaptarse a las necesidades de los clientes.



Convenio entre Consum y Cruz Roja para la inserción laboral de colectivos vulnerables. El acuerdo incluye el Programa Operativo Plurirregional "Lucha contra la discriminación" que cuenta con el apoyo del Fondo Social Europeo para mejorar la integración social de las personas más vulnerables.



En 2011 Consum ha firmado 12 convenios de prácticas con entidades de formación, que han permitido la realización de prácticas a 63 personas. Entre ellos destaca el Convenio entre Consum, La Universitat de València y Adeit.



Colaboración con el Instituto de Diversificación y Ahorro Energético IDAE y la Agencia Valenciana de la Energía AVEN en el desarrollo de los proyectos desarrollados en el Plan de Ahorro y Eficiencia Energética de la Cooperativa.



Colaboración con el Instituto Tecnológico de Informática ITI para el desarrollo de una herramienta de pronóstico presupuestario.



Colaboración con el Instituto de Automática e Informática Industrial AI2 de la Universidad Politécnica de Valencia para el desarrollo de una herramienta de gestión de horarios y distribución de tareas para favorecer la aplicación del Plan de Igualdad y Conciliación de Consum.



Colaboración con Itene en los proyectos de logística Smart Reader y Smart Delivery.



Proyecto Green Commerce para concienciar a los comerciantes sobre la reducción del consumo energético y de los residuos. Las conclusiones se han plasmado en un Código de Buenas Prácticas medioambientales y culminará con la entrega de una etiqueta Green Commerce a los comercios que cumplan con los requisitos.



Convenio de colaboración entre la franquicia Charter y Agrotaula, sociedad comercial del Grupo Intercoop, con la finalidad de abrir supermercados aprovechando las sinergias de ambas organizaciones.

CONSUM



2€



5/ Cooperar es
estar cada vez
más cerca



POBLACIÓ	PROVINCIA	DIRECCIÓ	TELÉFONO
ALAUÀS	VALENCIA	Antonia Mª Oviedo, 12	96 150 38 54
ALAUÀS	VALENCIA	Crta.Torrent, s/n	96 198 82 80
ALBACETE	ALBACETE	Feria, 4	96 752 22 89
ALBACETE	ALBACETE	Rosario, 38	96 751 09 76
ALBACETE	ALBACETE	Arquitecto Vandelvira, 81	96 722 15 61
ALBAIDA	VALENCIA	Avda Feria, 25	96 290 10 39
ALBAL	VALENCIA	Alcàcer, s/n	96 127 04 73
ALBERIC	VALENCIA	Av. Ramón y Cajal, 14	96 244 17 83
ALBORACHE	VALENCIA	Av.Valencia	96 250 85 60
ALBORAYA	VALENCIA	Ctra. Tavernes Blanques (Polígono San Vicent)	96 185 00 82
ALBORAYA	VALENCIA	Av. Horchata, 27	96 185 76 81
ALCÀNTERA DE XÚQUER	VALENCIA	Av. Ribera Alta	96 258 05 85
ALCÀSSER	VALENCIA	Av. Antiguo Reino de Valencia, s/n	96 123 48 36
ALCOI	ALICANTE	Paseo La Alameda 17	96 533 95 81
ALCOI	ALICANTE	Tirant Lo Blanc, s/n	96 533 93 47
ALCOI	ALICANTE	Sabadell, 22	96 533 49 83
ALCOSSEBRE	CASTELLÓN	Camí el Aljub, s/n	96 441 06 44
ALDAIA	VALENCIA	Av. de la Música, s/n	96 150 06 10
ALDAIA	VALENCIA	Av. Dos de Mayo, 9	96 150 90 03
ALFAFAR	VALENCIA	Av.Albufera, 22	96 375 10 53
ALFARA DEL PATRIARCA	VALENCIA	Antonio Expolio, s/n	96 130 03 12
ALGEMESI	VALENCIA	Av. Generalitat, 40	96 242 01 59
ALGINET	VALENCIA	Valencia	96 175 31 42
ALICANTE	ALICANTE	Pintor Baeza, 4	965 24 80 09
ALMANSA	ALBACETE	C/Corredera s/n	96 734 16 17
ALMANSA	ALBACETE	Corredera	967 31 17 47
ALMASSORA	CASTELLÓN	Juan Austria,36	964 56 17 91
ALMENARA	CASTELLÓN	Estación, s/n	96 261 12 22
ALMUSSAFES	VALENCIA	Ramón y Cajal	96 178 38 66
ALZIRA	VALENCIA	Plaza Primero de Mayo, s/n	96 241 75 64
ALZIRA	VALENCIA	Carretera Albalat Oeste s/n	96 240 51 30
ARCHENA	MURCIA	Joaquín Morte	968 67 36 37
AYORA	VALENCIA	Marquesa Zenete, 47	96 219 16 36
BADALONA	BARCELONA	Av. Alfonso XIII, 579	934 60 24 98
BANYERES DE MARIOLA	ALICANTE	Av. Ramón y Cajal	96 556 71 04
BANYOLES	GIRONA	Alvarez de Castro, s/n	972 58 29 32
BARCELONA	BARCELONA	Av. Madrid, 46-48	934 90 00 33
BARCELONA	BARCELONA	Av. Roma, 32-34	932 26 13 09
BARCELONA	BARCELONA	Lluça, 19	934 90 47 89
BARCELONA	BARCELONA	Sants, 206-210	93 490 70 69
BARCELONA	BARCELONA	Roselló, 346	934 57 46 37
BARCELONA	BARCELONA	Conde Borrell, 9	934 43 96 30
BARCELONA	BARCELONA	República Argentina, 267	932 54 03 10

POBLACIÓN	PROVINCIA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
BARCELONA	BARCELONA	Av. Icaria, 160	932 25 74 90
BARCELONA	BARCELONA	Berruguete, 106	932 74 98 00
BARCELONA	BARCELONA	Vía Augusta, 256	932 41 13 25
BAZA (Granada)	GRANADA	Carretera Murcia, s/n	95 886 13 74
BENAGUASIL	VALENCIA	Pianista Iturbi, 9-11	96 273 13 52
BENEJÚZAR	ALICANTE	Primero de Mayo, s/n	96 677 71 18
BENETÚSSER	VALENCIA	Av. Camí Nou, s/n	96 375 77 88
BENICARLÓ	CASTELLÓN	Cristo Del Mar, 41	96 447 40 63
BENICÀSSIM	CASTELLÓN	Av. Jaime I, 87	964 30 22 03
BENIDORM	ALICANTE	Ibiza, 15	965 85 54 71
BENIDORM	ALICANTE	Urano, 3	96 585 99 86
BENIGÀNIM	VALENCIA	Benavent, esq. C/ Empedrat	96 221 51 36
BENIMAMET	VALENCIA	Av.de la Estación, 39	96 340 48 49
BENISSA	ALICANTE	Av. Europa, s/n esquina Av. Madrid	96 573 37 12
BÉTERA	VALENCIA	C/ Tord. Las Masías de Torre en Conill	96 160 88 09
BURJASSOT	VALENCIA	Av. General Prim, 26	96 364 07 29
BURRIANA	CASTELLÓN	Av. Jaime Chicharro, 4	964 51 76 01
CALPE	ALICANTE	Av. Juan Carlos I / C/ Mistral, 2	96 587 42 79
CALLOSA SEGURA	ALICANTE	Camino de la Serrana s/n	965 31 21 69
CANALS	VALENCIA	Vicente Ferri, 30	962 24 33 06
CANET BERENGUER	VALENCIA	Maximiliano Thous, s/n	96 260 85 18
CARAVACA	MURCIA	Juan Carlos I, s/n	968 70 72 00
CARCAIXENT	VALENCIA	Alacant, 5	96 243 1433
CARDEDEU	BARCELONA	Plaça Joan Alsina, 24	93 844 42 36
CARLET	VALENCIA	Rigoberta Menchu, esquina Camí l'Alcudia	96 253 08 04
CARLET	VALENCIA	Balaguer, 13	96 253 29 12
CASTELLAR DEL VALLES	BARCELONA	Portugal, s/n	93 715 89 80
CASTELLÓ	CASTELLÓN	Av. Chatellerault	964 23 55 33
CASTELLON	CASTELLÓN	Paseo Morella, 33	964 24 33 11
CASTELLON	CASTELLÓN	Av. Valencia, 48	964 24 11 26
CASTELLÓN DE LA PLANA	CASTELLÓN	Ronda Magdalena, 33	96 424 27 67
CATADAU	VALENCIA	Carrer Nou, s/n	96 299 08 72
CATARROJA	VALENCIA	Av. Rambleta, 59	96 126 99 22
CATARROJA	VALENCIA	Miguel Hernández, 36	96 126 76 96
CULLERA	VALENCIA	Joanot Martorell (Carretera Faro, s/n)	96 172 23 73
CULLERA	VALENCIA	C/ Caminàs dels Homens	96 173 08 03
CHELLA	VALENCIA	Av.Constitución esq.Doctor Honorio Pallas	96 222 01 48
CHESTE	VALENCIA	Av.Castilla	96 251 13 13
CHIVA	VALENCIA	Ctra. Godelleta. Urbanización La Loma	96 198 25 62
CHIVA	VALENCIA	Plaza Constitución, 4	96 252 29 28
DAIMÚS	VALENCIA	C/Assajador s/n	96 281 94 80
DENIA	ALICANTE	Paseo del Saladar, 75	965 78 22 61
DENIA	ALICANTE	Camino San Juan, s/n (Las Rotas)	96 643 31 63

POBLACIÓN	PROVINCIA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
EL EJIDO	ALMERÍA	Estional (Balerma)	950 40 70 47
ELDA	ALICANTE	Av. Ruperto Chapi, 42	965 39 87 81
ELDA	ALICANTE	Murillo, 22	966 98 1880
ELX	ALICANTE	Antonio Mora, 13	966 61 14 69
ELX	ALICANTE	Av. de Novelda, 113	965 43 12 43
ENGUERA	VALENCIA	Diputación, 16	962 22 44 41
FOIOS	VALENCIA	C/ Vicente Ruiz el Soro	96 149 98 34
GANDIA	VALENCIA	Paseo Germanias, 67	962 87 07 91
GANDIA	VALENCIA	Av. Raval, 56	962 96 11 47
GAVA	BARCELONA	Av. Joan Carles I, 29-31	936 33 67 25
GRANOLLERS	BARCELONA	Passeig Muntanya, 148	93 846 69 92
GRANOLLERS	BARCELONA	Joan Pere Fontanella, 14-16	96 879 25 08
GRANOLLERS	BARCELONA	Av. Frances Macià, 67-68	93 879 43 44
HOSPITALET	BARCELONA	Avd. Masnou, 3	934 37 99 95
HOSPITALET	BARCELONA	Av. Miraflores, 5	934 47 05 50
IBI	ALICANTE	Av. Provincia	966 55 15 94
LA TORRE	VALENCIA	Av. Real de Madrid	96 375 99 59
L'ALCORA	CASTELLÓN	Viñals / Les Corts Valencianes	964 36 76 37
L'ALCUDIA	VALENCIA	Av. Antonio Almela, 65	962 54 02 00
L'ALCÚDIA DE CRESPINS	VALENCIA	Av. La Pau, 8	96 223 92 92
L'ALCUDIA DE CRESPINS	VALENCIA	Av. 9 d'Octubre	96 222 77 00
L'ELIANA	VALENCIA	Av. Diputación, 14	96 275 01 50
L'OLLERIA	VALENCIA	Av. Diputación, 34	96 220 21 50
LORCA	MURCIA	Av. Jerónimo Santa Fe, s/n	96 847 12 33
LLIRIA	VALENCIA	C/ del Duc, s/n	96 279 07 15
LLORET DE MAR	GIRONA	Av. Vila de Blanes, 165-167	97 237 65 21
MANISES	VALENCIA	Av. Antic Regne de València	96 152 49 93
MASSAMAGRELL	VALENCIA	Av. Valencia, 17.	96 144 40 11
MASSANASSA	VALENCIA	Av. Blasco Ibáñez, s/n	96 125 54 12
MAZARRÓN	MURCIA	Urbanización Camposol	96 819 91 86
MELIANA	VALENCIA	Rey Don Jaime, 15	96 149 25 31
MIRAMAR	VALENCIA	Poligo Industrial Les Vinyes C/Mallorquins	96 281 88 21
MISLATA	VALENCIA	Av. del Sur, 26	96 379 32 32
MISLATA	VALENCIA	Padre Llansol, 15	96 359 79 00
MONCADA	VALENCIA	Creu Quintana, 3	96 139 41 72
MONSERRAT	VALENCIA	Blasco Ibáñez	96 298 61 50
NAQUERA	VALENCIA	Ctra. Bétera-Náquera	96 168 03 40
NOVELDA	ALICANTE	Av. Constitución, 17	965 60 32 12
NULES	CASTELLÓN	Ctra. Vall D'Uixó	964 67 11 11
OLIVA	VALENCIA	Av. Poeta Francisco Brines, s/n / Av. Sisterón / Fonteta	96 283 99 82
OLOT	GIRONA	Mosent - Verdeguer	972 27 16 16
ONDARA	ALICANTE	D. Fleming, 11	965 76 63 33
ONIL	ALICANTE	Av. de Castalla, s/n	96 556 56 04

POBLACIÓN	PROVINCIA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
ONTINYENT	VALENCIA	Vicente Gironés, 1	96 238 59 15
ORIHUELA	ALICANTE	Oriolano Ausentes, s/n	96 673 61 60
ORIHUELA	ALICANTE	Urbanización Los Altos H1/Pc1	965 32 72 29
ORIHUELA	ALICANTE	Urb. La Zenia Ctra. de Villamartín	96 676 03 04
OROPESA DEL MAR	CASTELLÓN	18 de Julio, 30	964 31 21 98
PAIORTA	VALENCIA	Santa Ana, 18	96 397 37 67
PATERNA	VALENCIA	9 de Octubre, 1	96 137 21 86
PATERNA	VALENCIA	Vicente Lerma, 6	96 137 32 83
PATERNA	VALENCIA	Alfàbega, s/n (Valterna)	96 135 90 59
PICANYA	VALENCIA	Passeig de la Primavera	96 159 0 470
PICASSENT	VALENCIA	San José, 12	96 124 20 99
PICASSENT	VALENCIA	Montserrat, 3	96 122 17 85
PILES	VALENCIA	Camí Racó, s/n	96 283 18 08
PINEDA DE MAR	BARCELONA	Garbí, s/n	937 69 30 47
PLAYA SAN JUAN	ALICANTE	Av. Historiador Vicente Ramos, s/n	96 526 32 08
POBLA DE FARNALS	VALENCIA	Av. de la Constitución, s/n	96 146 19 70
POBLA DE VALLBONA	VALENCIA	Carretera Ademúz, Km 21	96 276 19 01
PUÇOL	VALENCIA	Av. Molí de Vent, 5	96 146 4 203
PUERTO DE SAGUNTO	VALENCIA	Av. Sindicalista Miguel Lluch	96 165 57 43
PUERTO DE SAGUNTO	VALENCIA	Palleter	96 268 31 80
PUERTO DE SAGUNTO	VALENCIA	San Vicente, s/n	96 268 19 82
PUIG	VALENCIA	Castellón, 12	96 147 01 36
QUART DE POBLET	VALENCIA	Conde de Rodezno, s/n	96 152 14 42
RAFELBUNYOL	VALENCIA	Av. Camí de Cebolla, 22	96 141 25 21
REQUENA	VALENCIA	Av. Constitución, s/n	96 230 09 85
REQUENA	VALENCIA	Villajoyosa, 3	96 230 30 52
REUS	TARRAGONA	Aigua Nova, 7	977 75 01 72
RIBA-ROJA	VALENCIA	Ctra. Ribarroja-Valencia, 87	96 277 26 21
ROJALES	ALICANTE	C.C. El Puente	96 671 26 31
ROJALES	ALICANTE	Av. Jerez de la Frontera (Urbanización D. Pepa)	96 673 10 82
ROQUETAS DE MAR	ALMERÍA	Av. del Sabinal, 100	95 017 13 88
ROQUETAS DE MAR	ALMERÍA	Av. Roquetas, 75	950 321 425
SAGUNT	VALENCIA	Los Huertos, 72	96 266 17 46
SAN ANTONIO DE BENAGÉBER	VALENCIA	Urbanización Montesano	96 165 57 43
SAN ANTONIO DE BENAGÉBER	VALENCIA	Parcela 4 Sector TR	96 135 22 43
SAN FULGENCIO	ALICANTE	Fco. Quevedo y Luis Góngora (Urb. La Marina II Parc. C-1)	96 679 58 35
SAN JAVIER	MURCIA	Av. Aviación Española, 32	96 819 08 82
SANT BOI	BARCELONA	Franscesc Macià, 80	93 640 27 91
SANT CUGAT	BARCELONA	Av. Rius i Taulet, 49	935 90 26 10
SANT JOAN	ALICANTE	Jaime I, 7	96 565 69 91
SANT JOAN	ALICANTE	Av. Mutxamel / Foguerer José García	96 594 23 56
SANT JOAN DE L'ÈNOVA	VALENCIA	Parcela 2 - Sector 2 P.I. De San Joan	96 297 04 79
SANTA COLOMA DE CERVELLÓ	BARCELONA	Av. dels Països Catalans	93 634 00 61

POBLACIÓN	PROVINCIA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
SEDAVÍ	VALENCIA	Av. del País Valencià, 45	96 375 67 61
SEGORBE	CASTELLÓN	Av. España, 130	964 71 27 68
SILLA	VALENCIA	Rambla Independencia	96 120 26 66
SILLA	VALENCIA	Cooperativa Agrícola	96 121 42 40
SUECA	VALENCIA	Ronda Bernat Aliño	96 171 12 20
TERRASA	BARCELONA	Prat de la Riba, 160	937 36 35 90
TORRENT	VALENCIA	Canónigo Gisbert, s/n	96 156 33 40
TORRENT	VALENCIA	Toll l'Alberca	96 157 71 13
TORRENT	VALENCIA	San Valeriano, 9	96 156 00 20
TORRENT	VALENCIA	Parque Comercial Toll L'Alberca	96 157 70 95
TORRENT	VALENCIA	Av. País Valencià, 98	96 155 81 60
TORREVIEJA	ALICANTE	Carretera Cartagena Alicante. C.C. Punta Marina	96 679 85 56
TORREVIEJA	ALICANTE	Zoa, 75-77	966 70 20 20
TOTANA	MURCIA	Carretera Nacional, km 616	96 842 55 22
TURÍS	VALENCIA	Arquitecto Juan Luis García Lozano, s/n	96 252 83 02
UTIEL	VALENCIA	Ramon y Cajal, 14	96 217 45 56
VALENCIA	VALENCIA	C/Almassera 8	96 377 51 27
VALENCIA	VALENCIA	Plaza Segovia 2,4	96 358 10 95
VALENCIA	VALENCIA	Ángel Guimerá, 70	96 384 15 81
VALENCIA	VALENCIA	Santos Justo y Pastor, 79	96 355 39 80
VALENCIA	VALENCIA	Av. Burjasot, 126	96 348 01 82
VALENCIA	VALENCIA	General Llorens, 22	96 348 00 57
VALENCIA	VALENCIA	Historiador Diago, 5-7	96 382 51 13
VALENCIA	VALENCIA	Oltá, 50	963 34 68 63
VALENCIA	VALENCIA	Dr. Royo Vilanova, 4	96 377 05 14
VALENCIA	VALENCIA	Av. Peset Aleixandre, 78	96 348 02 83
VALENCIA	VALENCIA	Llanera de Ranes, 24	96 378 71 52
VALENCIA	VALENCIA	Heroes Virgen de la Cabeza, 64	96 378 88 17
VALENCIA	VALENCIA	Arquitecto Alfaro, 5	96 367 48 80
VALENCIA	VALENCIA	Dolores Marqués s/n	96 362 05 82
VALENCIA	VALENCIA	Padre Viñas, 54	963 664 180
VALENCIA	VALENCIA	Ceramista Ros, 13	96 378 56 87
VALENCIA	VALENCIA	Rodrigo de Pertegaz, 18-20	96 330 49 48
VALENCIA	VALENCIA	Bachiller, 24	96 369 97 71
VALENCIA	VALENCIA	Matías Perelló, 46	963 74 9012
VALENCIA	VALENCIA	Castillo de Benissanó	96 383 55 43
VALENCIA	VALENCIA	Olivereta, 42	96 379 73 05
VALENCIA	VALENCIA	Jesús, 98	96 380 28 54
VALENCIA	VALENCIA	Cardenal Benlloch, 54	96 369 52 25
VALENCIA	VALENCIA	Fontanares, 5-7	96 377 82 88
VALENCIA	VALENCIA	San Vicente, 136	96 341 75 50
VALENCIA	VALENCIA	Uruguay, 27	96 380 63 01
VALENCIA	VALENCIA	Na Robella, 4	963 33 85 92

POBLACIÓN	PROVINCIA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
VALENCIA	VALENCIA	Padre Ferris, 20	963 400 408
VALENCIA	VALENCIA	Doctor Marañón s/n	96 357 82 32
VALENCIA	VALENCIA	Av. Puerto, 79	96 360 22 12
VALENCIA	VALENCIA	Camino de Montcada, s/n	96 366 13 52
VALENCIA	VALENCIA	Hospital, 1	96 394 14 78
VALENCIA	VALENCIA	Mayor, 60 Barrio Nazaret	96 367 19 24
VALENCIA	VALENCIA	Castielfabib, 22 / Pl. Diputat Luis Lucía, 8 y Valle Ballester, 29	96 340 26 35
VALENCIA	VALENCIA	Obispo Jaime Pérez, 14	96 334 01 77
VALENCIA	VALENCIA	Periodista Gil Sumbiela, 61	96 349 65 64
VALENCIA	VALENCIA	Cardenal Benlloch, 107	96 369 83 08
VALENCIA	VALENCIA	Cartagena, 4	96 385 83 61
VALENCIA	VALENCIA	Archiduque Carlos, 63-65	96 358 08 22
VALENCIA	VALENCIA	Serrería, 43	96 371 31 19
VALENCIA	VALENCIA	Nicasio Benlloch, 80	963 49 73 67
VALENCIA	VALENCIA	Alboraya, 31	96 389 16 80
VALENCIA	VALENCIA	Sueca, 34	96 341 12 50
VERA	ALMERÍA	Ctra. De Garrucha a Villaricos Playazo de Vera	950 61 82 97
VERGEL	ALICANTE	Doctor Domenech, 12	965 75 10 06
VILAFRANCA DEL PENEDÉS	BARCELONA	Av. Tarragona, 97-101	93 817 26 55
VILAJOIOSA	ALICANTE	Av. Pianista Gonzálo Soriano, 3	96 685 00 56
VILA-SECA	TARRAGONA	Av. Ramon d' Olzina	977 39 35 36
VILLAR DEL ARZOBISPO	VALENCIA	Castellón 10-12	96 272 07 27
VILLAREAL	CASTELLÓN	Calvario, s/n / Penyagolosa	96 450 00 53
VILLARREAL	CASTELLÓN	Furs de València, s/n	96 453 82 55
VILLARREAL	CASTELLÓN	Onda, s/n	96 453 13 13
VILLENA	ALICANTE	Av. Constitucion, 41	965 80 30 50
XATIVA	VALENCIA	Baixada del Carmen 8	96 227 04 53
XIRIVELLA	VALENCIA	Av. del Cami Nou, 70	96 383 02 03
YECLA	MURCIA	Arcipreste E. Díaz, 63	968 79 55 52



POBLACIÓN	PROVINCIA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
AGOST	ALICANTE	Av. Doctor Fleming, 11	96 569 22 75
AIELO DE MALFERIT	VALENCIA	Av. Santísimo Cristo, s/n	96 290 44 29
ALCALÀ DE XIVERT	CASTELLÓN	Plaza Don Juan Vilanova, 17	964 41 04 72
ALFAFAR	VALENCIA	Poeta Miguel Hernández, s/n (Parque Alcosa)	96 375 05 11
ALGEMESI	VALENCIA	Plaza del Mercado, 9	96 248 13 94
ALICANTE	ALICANTE	Jimenez Cisneros, 27	965 25 07 19
ALICANTE	ALICANTE	G. Castello, 28	965 17 93 59
ALMUSSAFES	VALENCIA	Santa Ana, 24	96 178 24 81
ALQUERIAS DEL NIÑO PERDIDO	CASTELLÓN	Virgen de Gracia, 33-35	964 51 24 41
ALTEA	ALICANTE	Costa Blanca, s/n	965 84 34 12
ALTEA	ALICANTE	San Francisco / Ancla, s/n	966 88 13 16
BADALONA	BARCELONA	Av. Martí Pujol, 641-647	934 60 67 99
BARCELONA	BARCELONA	Roselló, 502-504	93 435 69 34
BARCELONA	BARCELONA	Jerusalén, 4	933 18 25 41
BARCELONA	BARCELONA	Casanova, 142	93 323 07 90
BARCELONA	BARCELONA	Sta Amelia, 31	93 205 16 09
BARCELONA	BARCELONA	Nicaragua, 110-112	93 419 79 42
BARCELONA	BARCELONA	Cartagena, 293	93 435 41 57
BARCELONA	BARCELONA	Mallorca, 354	93 458 11 90
BARCELONA	BARCELONA	Rogent, 63-65	93 456 47 62
BARCELONA	BARCELONA	Av. Meridiana, 256	93 349 47 92
BARCELONA	BARCELONA	Passeig Sant Gervasi, 63	934 18 54 50
BARCELONA	BARCELONA	Berlin, 4	934 90 46 29
BARCELONA	BARCELONA	Av. Mare Deu Montserrat, 19	932 85 82 23
BARCELONA	BARCELONA	Felipe de Paz, 9	934 09 34 28
BARCELONA	BARCELONA	Travessera de Dalt, 34	932 18 03 77
BARCELONA	BARCELONA	Buenos Aires, 30	933 63 11 53
BARCELONA	BARCELONA	Numancia, 77	933 63 11 55
BARCELONA	BARCELONA	Entença, 28	932 92 47 23
BARCELONA	BARCELONA	Oliveras, 38	932 92 47 26
BARCELONA	BARCELONA	Escorial, 120	932 85 82 13
BARCELONA	BARCELONA	Camelies, 39	932 85 82 09
BARCELONA	BARCELONA	París, 53	934 94 12 66
BARCELONA	BARCELONA	Provenza, 111	934 52 15 34
BARCELONA	BARCELONA	Ronda Guinardó, 52	93 046 22 44
BARCELONA	BARCELONA	Av. Hospital Militar, 34	932 38 56 18
BARCELONA	BARCELONA	Av. Madrid, 166	934 09 28 60
BARCELONA	BARCELONA	Maria Cubí, 70	932 41 45 13
BARCELONA	BARCELONA	Ronda Sant Pau, 29	93 443 79 97
BARCELONA	BARCELONA	Conde Urgell, 85	933 23 81 87
BARCELONA	BARCELONA	Mercat Sant Gervasi / Pl. Joaquim Folguera	932 53 17 47
BARCELONA	BARCELONA	Balmes, 306	932 41 57 90
BARCELONA	BARCELONA	Vía Julia, 76 - S. Francisco Javier	932 76 80 28

POBLACIÓN	PROVINCIA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
BARCELONA	BARCELONA	Alcudia, 43	93 354 20 17
BARCELONA	BARCELONA	Villarroel, 15	932 89 32 44
BARCELONA	BARCELONA	Las Chafarinas, s/n	932 76 84 10
BARCELONA	BARCELONA	Gran Vía Corts Catalanes, 321	932 92 46 54
BARCELONA	BARCELONA	Gran de Gracia, 25	932 92 28 08
BARCELONA	BARCELONA	Juan Bravo, 8-10	934 22 43 01
BARCELONA	BARCELONA	Travessera de les Corts, 230	93 490 84 33
BARCELONA	BARCELONA	Llull, 465	93 305 57 34
BARCELONA	BARCELONA	Paseo de Valldaura, 172	93 350 62 62
BARCELONA	BARCELONA	Roger de Flor, 85	93 231 08 57
BARCELONA	BARCELONA	Padilla, 306	93 435 84 87
BARCELONA	BARCELONA	Valencia, 478	93 232 80 18
BARCELONA	BARCELONA	Fabra i Puig, 53-57	933 11 61 55
BENICASIM	CASTELLÓN	Av. Ferrandis Salvador, 131	96 439 56 66
BENIDORM	ALICANTE	Virgen de la Almudena, s/n	96 680 82 01
BENIFAÍÓ	VALENCIA	Trullas, 43	96 179 50 68
BENIMAMET	VALENCIA	Campamento, 28	96 363 64 50
BETXI	CASTELLÓN	Av. Primero De Mayo, 86	964 62 22 59
BLANCA	MURCIA	Federico Servet, s/n	968 45 92 82
BOCAIRENT	VALENCIA	Santa Águeda, s/n	96 235 05 33
BURJASSOT	VALENCIA	Pi i Margal, 15	96 363 63 66
BURRIANA	CASTELLÓN	Plaza José Iturbi, 2 - Ecofiesta	96 451 48 00
CASAS IBAÑEZ	ALBACETE	Carretera Nacional 332, 76	967 46 13 74
CASASIMARRO	CUENCA	Pl. de la Constitución, 9	967 48 75 41
CASTELLAR	VALENCIA	Vicente Puchol, 49	96 375 01 94
CASTELLAR	VALENCIA	Escultor Federico Siruana, 19	96 376 49 68
CASTELLON	CASTELLÓN	Av. República Argentina	964 25 42 67
CASTELLON	CASTELLÓN	Ronda Vinatea, 8	964 25 37 55
CASTELLÓN DE LA PLANA	CASTELLÓN	Herrero, 51	96 420 63 89
CASTELLÓN DE LA PLANA	CASTELLÓN	Polígono Rafalafena, 27	96 423 46 51
CATARROJA	VALENCIA	Av. Rambleta, 38 - Colón, 60	96 127 08 51
CATRAL	ALICANTE	Purísima, 34	965 72 36 30
EL CAMPELLO	ALICANTE	Av. Ausias March, s/n - Av. Xixona s/n	96 563 58 97
EL MASNOU	BARCELONA	Italia, 50	93 540 08 29
EL PERELLÓ	VALENCIA	Av. Sueca, c/ Roger de Lauria	96 177 06 07
EL PINOSO	ALICANTE	Badem Rico Lucas, s/n	965 47 75 64
EL PRAT	BARCELONA	Av. Vr. De Montserrat, 202	934 78 38 02
EL VENDRELL	TARRAGONA	Av. San Vicente, 18-24	97 766 22 22
ELCHE DE LA SIERRA	ALBACETE	Av. España, 8	967 41 13 70
ELDA	ALICANTE	Poeta Zorrilla, s/n	96 538 26 21
ELDA	ALICANTE	Av. Alfonso XIII-Zona actuación 9	96 538 78 20
ELX	ALICANTE	Av. de Illice, s/n, Torrellano	96 568 00 58
FAURA	VALENCIA	Santa Bárbara, 80 / Valencia	96 260 07 23

POBLACIÓN	PROVINCIA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
FUENTE ALAMO	MURCIA	Manuel de Falla, 35	968 59 87 12
FUENTEALAMO	ALBACETE	Plaza España, 39	96 732 17 14
GANDIA	VALENCIA	Ferrocarril D' Alcoi, 113	962 87 56 53
GARRUCHA	ALMERÍA	Mayor, s/n	950 46 06 57
GAVA	BARCELONA	Sant Lluís, 63	936 35 52 00
GAVÁ	BARCELONA	Mare de Deu de Montserrat, 9	93 633 52 91
GILET	VALENCIA	Pla de la Venta (Antigua Ctra. Nacional 324)	96 262 28 11
HELLÍN	ALBACETE	López de Oro, 43	96 730 52 19
HOSPITALET	BARCELONA	Dr. Martí Julia, 133	93 432 3941
HOSPITALET	BARCELONA	Enric Prat de la Riba, 195	93 337 5886
HOSPITALET	BARCELONA	Av. Severo Ochoa, 94	93 438 3328
HOSPITALET DEL INFANT	TARRAGONA	Baix Empordà / Terra Alta	97 726 26 84
INIESTA	CUENCA	Cañadas, 6	967 49 07 81
JAVEA	ALICANTE	P.P. Pou del Moro (J. Espronceda y G. Vega)	96 646 30 25
JUMILLA	MURCIA	Canovas del Castillo, 105	968 75 78 65
L'ALCUDIA	VALENCIA	Mayor, 16	96 254 12 19
L'ALFÀS DEL PI	ALICANTE	Av. del Albir, 67	96 686 73 20
LOS ALCÁZARES	MURCIA	Av. de la Libertad / Isla del Ciervo y del Sujeto	96 858 29 23
LLEIDA	LLEIDA	Jeroni Pujades, 29	97 323 06 15
LLEIDA	LLEIDA	Enric Pubill, 7 Balafia	97 324 78 17
LLEIDA	LLEIDA	del Centre, 4	97 321 27 04
LLEIDA	LLEIDA	Vallcalent, 35	973 28 17 66
MADRIGUERAS	ALBACETE	Pasos, 19	967 48 51 62
MATARÓ	BARCELONA	Ronda Alfonso X El Sabio, 54	93 790 48 54
MATARÓ	BARCELONA	Ronda Alfonso X El Sabio, 136	937 41 19 10
MATARÓ	BARCELONA	Jacinto Verdaguer, 23	93 755 53 80
MELIANA	VALENCIA	Av. Santa Maria, 3	96 149 14 18
MISLATA	VALENCIA	Turia, 8	96 383 10 56
MOJÁCAR	ALMERÍA	Av. Mediterráneo, 371 - Parque Comercial Mojacar	95 047 22 26
MONCADA	VALENCIA	Badia, 102	96 139 57 35
MONFORT	ALICANTE	Avda De Aspe, 7	96 562 18 13
MUNERA	ALBACETE	Mayor, 38	96 737 30 99
MURCIA	MURCIA	Navarra, s/n	968 28 64 90
MURCIA	MURCIA	Pina, 23 / Espronceda - Huerto de las Bombas	96 829 00 22
MURCIA	MURCIA	Ronda Levante esquina Islas Canarias	96 824 33 05
NULES	CASTELLÓN	Santa Natalia, 3	96 467 33 33
OLULA DEL RÍO	ALMERÍA	Granada, 11	95 044 19 34
ONTUR	ALBACETE	Pascual Abellan	96 732 38 18
PAIORTA	VALENCIA	País Valenciano, 8	96 397 50 58
PEÑISCOLA	CASTELLÓN	Maestro Bayarri, 24	96 446 77 91
PICANYA	VALENCIA	Av. Marques del Turia, 7	96 159 28 57
PICANYA	VALENCIA	San Juan Bautista, 20	96 159 22 12
PICASSENT	VALENCIA	Av. Sud, 57	96 123 12 79

POBLACIÓN	PROVINCIA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
PINEDA DE MAR	BARCELONA	Jaume Balmes, 15	937 62 95 10
QUART DE POBLET	VALENCIA	Constitución, 15	96 154 01 65
RAFAL	ALICANTE	Dr. Fleming, 1	96 675 28 39
REUS	TARRAGONA	Plaza Conde Reus, 1	977 32 24 52
RIPOLLET	BARCELONA	Pedraforca, 2	935 86 32 50
RODA DE BARA	TARRAGONA	Crta.Tarragona s/n	977 80 05 54
SABADELL	BARCELONA	Ronda Zamenhof, 58-66	937 48 04 10
SABADELL	BARCELONA	Corominas, 2-6	937 25 59 58
SAGUNTO	VALENCIA	Capitán Pallarés, 14	96 266 61 61
SALT	GIRONA	Passeig dels Països Catalans	972 24 56 94
SAN VTE. RASPEIG	ALICANTE	Ancha Catellar, 79	965 66 85 49
SAN VTE. RASPEIG	ALICANTE	Ancha Catellar, 18	965 67 39 58
SANT BOI	BARCELONA	Once Septiembre, 14	93 654 13 04
SANT BOI	BARCELONA	Colón, 46	93 661 42 42
SANT JUST	BARCELONA	Raval de la Creu, 42 (Mdo.)	934 70 12 00
SANTA COLOMA	BARCELONA	Mas Mari, 43	934 66 51 48
SANTA COLOMA DE GRAMANET	BARCELONA	Singuerlin	93 391 84 08
SANTA POLA	ALICANTE	Finlandia, 1 - Urbanización Gran Alacant	96 669 73 98
SILS	GIRONA	Av. Països Catalans, s/n	97 216 86 37
SILLA	VALENCIA	Ausias March, 10	96 120 32 62
SITGES	BARCELONA	Lluís Companys, 8	938 11 30 16
SOLLANA	VALENCIA	Holanda, 1	96 174 02 75
SOLLANA	VALENCIA	Av. dr. Santiago Vidal Soria, 18	96 174 12 60
TARAZONA DE LA MANCHA	ALBACETE	La Virgen, 7	967 48 13 55
TARRAGONA	TARRAGONA	Cardenal Cervantes, 37	977 24 71 13
TOBARRA	ALBACETE	Príncipe De Asturias, 4	96 732 91 55
TORREBLANCA	CASTELLÓN	San Antonio, 34	964 42 05 27
TORRENT	VALENCIA	L'Horta, 8	96 155 59 66
TORRENT	VALENCIA	Av. Pais Valenciano, 16	96 157 20 50
TORREVIEJA	ALICANTE	Av. Diego Ramírez	96 571 32 90
TORREVIEJA	ALICANTE	Av. Habaneras, 75	96 570 68 15
TOTANA	MURCIA	Santomera, 15	968 42 35 11
VALENCIA	VALENCIA	Martínez Ferrando, 6	96 351 67 65
VALENCIA	VALENCIA	Avda Dr. Waskman, 37	96 334 42 76
VALENCIA	VALENCIA	Lorca, 12	96 385 29 39
VALENCIA	VALENCIA	Jesús, 35-37	96 341 98 48
VALENCIA	VALENCIA	Salvador Rubio, 3	96 349 06 46
VALENCIA	VALENCIA	Nicasio Benlloch, 12	963 40 69 44
VALENCIA	VALENCIA	Amparo Iturbi, 71	96 395 85 18
VALENCIA	VALENCIA	Plaza Rojas Clemente, 13	96 391 92 52
VALENCIA	VALENCIA	Blasco Ibañez, 148	96 372 49 01
VALENCIA	VALENCIA	Serpis, s/n	96 389 06 00
VALENCIA	VALENCIA	Amadeo Saboya, 15	96 393 19 17

POBLACIÓN	PROVINCIA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
VALENCIA	VALENCIA	Carteros, 71	96 357 11 23
VALENCIA	VALENCIA	Av. Cortes Valencianas, 22	96 340 64 80
VALENCIA	VALENCIA	Fray Pedro Vives, 21-23-25	96 365 30 20
VALENCIA	VALENCIA	Alfambra, 10	96 348 31 13
VALENCIA	VALENCIA	Enrique Navarro, 35	96 360 29 69
VALENCIA	VALENCIA	Pintor Zariñena, 7	96 391 96 77
VALLADA	VALENCIA	Av. Els Molinets, s/n	96 225 72 14
VILAJOIOSA	ALICANTE	Ramón i Cajal, 16-18	965 89 34 12
VILAMARXANT	VALENCIA	Crta. Pedralba, 69	96 271 21 03
VILAVELLA	CASTELLÓN	Camino Real, s/n	96 467 72 62
VILLARREAL	CASTELLÓN	Av. Cedre, 43	96 452 26 52
VINAROS	CASTELLÓN	Av. País Valencià, 13	96 440 14 24
XERACO	VALENCIA	Av. de la Mota, s/n	96 288 80 20
XILXES	CASTELLÓN	1º de Mayo, 3	96 459 01 58
XIRIVELLA	VALENCIA	Av. del Cami Nou, s/n	96 379 63 52
XIRIVELLA	VALENCIA	Maestro Rodrigo, 4	96 359 02 11



POBLACIÓ	PROVINCIA	DIRECCIÓ	TELÉFONO
ADEMUZ	VALENCIA	Av. Valencia, 23	97 878 50 55
AGULLENT	VALENCIA	Mayor, 36	96 290 70 42
AIGÜES	ALICANTE	Pza. de la Iglesia, 18	96 569 05 60
ALBALAT DE LA RIBERA	VALENCIA	El Corralot, 12	96 249 22 81
ALBUIXEC	VALENCIA	Mayor, 26	96 140 00 01
ALCÀSSER	VALENCIA	Santísima Trinidad, 94	96 124 02 47
ALCOSSEBRE	CASTELLÓN	Partida Cap i Corp, Camping Playa Tropicana	96 441 24 63
ALFAFAR	VALENCIA	Gomez Ferrer, 8	96 376 54 49
ALGUEÑA	ALICANTE	Av. Roca de Togores, 2	96 547 62 32
ALICANTE	ALICANTE	Partida de Bacarot, 4	96 511 26 12
ALICANTE	ALICANTE	Radiofonista Raúl Álvarez Antón, 2	96 614 68 04
ALMASSORA	CASTELLÓN	Camí Ben-Afeli, s/n	964 56 01 46
ALMENARA	CASTELLÓN	Del Mur, 55	96 261 00 12
ALMUSSAFES	VALENCIA	Mayor, 119	96 178 45 74
ALTEA	ALICANTE	Partida Montahud, 36	96 584 09 42
ALZIRA	VALENCIA	Favareta, 52	96 241 79 87
ANGLÉS	GIRONA	Verneda, 14 bajo	972 42 14 53
ANNA	VALENCIA	Manuel de Falla, 12	96 221 04 62
ANTELLA	VALENCIA	Pintor Abril, 10	96 297 44 08
ATZENETA DEL MAESTRAT	CASTELLÓN	Av. Castellón, 39	96 437 01 47
BARCELONA	BARCELONA	Junta de Comerç, 30	93 302 13 59
BARCELONA	BARCELONA	Sant Pere Mes Alt, 57 - bajo	93 269 19 14
BARCELONA	BARCELONA	Sta. Coloma, 21 - Once de Septiembre	93 311 25 77
BARCELONA	BARCELONA	Nou de la Rambla, 52	93 329 91 17
BARCELONA	BARCELONA	Estadella, 34	93 305 77 85
BARXETA	VALENCIA	San Roque, 13	96 221 41 28
BÉLGIDA	VALENCIA	Mayor, 8	96 290 10 77
BENAGUASIL	VALENCIA	C/ L'entrada, 44	96 273 03 35
BENICARLÓ	CASTELLÓN	Polígono Industrial El Mollet, 301-305	96 446 70 13
BENIDORM	ALICANTE	Maravall, 1	96 586 78 68
BENIDORM	ALICANTE	Av. Armada Española, 2	965 86 50 53
BENIFAÍO	VALENCIA	Espioca, 38	96 178 28 33
BENIFAÍO	VALENCIA	Juan Ramón Jimenez, 84	96 178 15 86
BENIFAIRO DE LA VALLDIGNA	VALENCIA	Ricardo Romero, 26	96 281 07 50
BENIPARRELL	VALENCIA	Av. Blasco Ibañez, 15	96 121 30 58
BENITACHELL	ALICANTE	Jose Antonio, 38	96 649 34 70
BETERA	VALENCIA	Camino Alcublas, s/n	96 160 02 13
BETERA	VALENCIA	Urbanización Mas Camarena	96 168 75 64
BETERA	VALENCIA	Salvador Giner, 42	96 169 12 17
BICORP	VALENCIA	Maestro Serrano, 9	96 226 90 50
BOCAIRENT	VALENCIA	Martí Calabuig, 10	96 235 05 96
BOLBAITE	VALENCIA	Ramon y Cajal, 11	96 222 30 15
BORRIOL	CASTELLÓN	Rey Don Jaime, 11	96 432 21 28

POBLACIÓN	PROVINCIA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
BURJASSOT	VALENCIA	Pintor Pinazo, 4	96 364 31 08
BURJASSOT	VALENCIA	Guillem de Castro, 28	96 364 41 14
BURRIANA	CASTELLÓN	Av. Llombai, s/n	96 451 02 60
CABANES	CASTELLÓN	Polígono Industrial S-3 C/ 2, 2	96 433 20 48
CALAFELL	TARRAGONA	Paseo Marítimo 181-188	977 16 34 89
CALDES DE MONTBUI	BARCELONA	Carretera comarcal 1415 km 1.925	93 840 45 70
CAMPDEVÀNOL	GIRONA	C/ Compte Arnau, nº 5	97 273 02 19
CAMPORROBLES	VALENCIA	Caudete de las Fuentes, 12	96 218 0022
CARBONERAS DE GUADAZAÓN	CUENCA	Don Cruz, 57 bajo	96 934 90 27
CARCER	VALENCIA	Manuel Tarancón, 35	96 297 64 47
CARDENETE	CUENCA	La Iglesia, 8	969 34 80 11
CASINOS	VALENCIA	Dr. Gomez Ferrer, 30	96 270 03 43
CASTELLÓ DE RUGAT	VALENCIA	Ausias March, s/n	96 281 42 31
CERDANYOLA DEL VALLÉS	BARCELONA	Francolín, 23	93 692 93 96
CORBERA ALCIRA	VALENCIA	Av. País Valencià. 12	96 256 11 52
CORNELLÀ DE TERRI	GIRONA	Mayor,10	97 259 68 51
CULLERA	VALENCIA	Vicente Grau Font, 16 Ed. Sta. Marta	96 172 62 38
CUNIT	TARRAGONA	Av. Can Nicolau, 22	977 67 25 13
CUNIT	TARRAGONA	Julio César,6	97 716 09 58
CUNIT	TARRAGONA	Pere Romeu, 15	97 767 58 06
CHELVA	VALENCIA	C/ Martires, 33	96 210 00 40
CHELLA	VALENCIA	Plaza Adolfo Gimenez Del Rio, 11	96 222 05 75
CHESTE	VALENCIA	Chiva, 20	96 251 24 74
EL BRUC	BARCELONA	Bruc del Mig, 86	93 771 00 08
EL PAPIOL	BARCELONA	Plaza Gaudí, 1	93 673 14 22
EL PRAT DE LLOBREGAT	BARCELONA	Paseo Mozambique, 2 (Pol. Ind. Pratenc-Zal)	647 00 08 19
EI SALER	VALENCIA	Gola de Puchol, 6	96 161 04 89
FINESTRAT	ALICANTE	Av. Benidorm, 6 Bajo	965 87 89 80
FOIOS	VALENCIA	Pintor Sorolla, 1	96 149 49 19
FONT DE LA FIGUERA	VALENCIA	Plaza Mayor, 22	96 229 02 46
GAVARDA	VALENCIA	Uno, 4	96 259 40 81
GENOVÉS	VALENCIA	Lepanto, 1	96 222 97 87
GODELLETA	VALENCIA	Cervantes, 18	96 180 06 05
GODELLETA	VALENCIA	Crta. Godelleta - Valencia KM 11,7 (Agip)	96 180 00 29
GODELLETA	VALENCIA	Mayor, 8	96 180 04 02
GUADASSUAR	VALENCIA	Jesús, 5	96 257 00 77
HIGUERUELA	ALBACETE	Primo de Rivera, 10	967 28 72 90
JÉRICA	CASTELLÓN	Av. Valencia, 12	964 12 92 77
LA REVA	VALENCIA	Mallorca, s/n Pol. Ind. La Reva, Loriguilla	96 166 77 49
LA TORRE	VALENCIA	Pintor Rafael Solbes, 3	96 377 81 58
LA VALL D'UIXÓ	CASTELLÓN	Ciutat de L'Alguer, 15. Polígono "La Travessa"	96 469 69 56
LANDETE	CUENCA	Cuenca, s/n	96 936 14 27
LEDAÑA	CUENCA	Antonio Pérez, 2	967 49 25 04

POBLACIÓN	PROVINCIA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
LES FRANQUESES DEL VALLÉS	BARCELONA	Girona, 33 (Bellavista)	93 861 84 97
LLAURI	VALENCIA	Pza. Libertad, 5	96 256 01 48
LLIÇÀ D'AMUNT	BARCELONA	Carretera BV-1432 KM 2,300	93 841 50 70
LLIRIA	VALENCIA	Plaza Mayor, 35	96 279 03 81
LLOSA DE RANES	VALENCIA	Ramon Beneito, 1	96 292 40 11
MANRESA	BARCELONA	Plaza Bages, 10	93 874 95 82
MANUEL	VALENCIA	Del Angel, 11	96 226 80 85
MANZANERA	TERUEL	Tomas Maria Ariño,3	97 878 18 32
MASQUEFA	BARCELONA	Salvador Dalí, 7	93 772 75 82
MELIANA	VALENCIA	Matrices, 4	96 149 11 19
MIRA	CUENCA	Obispo Sanguesa, 8	969 34 03 67
MISLATA	VALENCIA	San Francisco de Asís, 4	96 370 28 68
MOIXENT	VALENCIA	San Alberto, 17	96 226 01 40
MONCOFA	CASTELLÓN	Colón, 35	964 57 93 55
MONTGAT	BARCELONA	Ronda 8 de Març, 145-147	93 469 20 04
MONTROI	VALENCIA	Turis,15	96 255 54 10
MORA DE RUBIELOS	TERUEL	Av. Ibañez Marín, 20	978 80 71 03
MORELLA	CASTELLÓN	Crtra. De Castellón, 2	964 16 31 09
NAVARRES	VALENCIA	Pintor Tarrasó, 62	96 226 63 91
NULES	CASTELLÓN	Senda Mitjana, s/n	96 467 01 91
OLIVA	VALENCIA	Conde de Oliva, 8	96 285 06 07
OLOT	GIRONA	Bisbe Guillemet, 6	97 227 01 08
PALLEJA	BARCELONA	Plaza Mossent Jacint Verdaguer, 7	93 663 04 53
PATERNA	VALENCIA	Casinos, 2 (Urbanización Terramellar)	96 138 79 93
PATERNA	VALENCIA	Av. Blasco Ibañez, 47	96 138 50 53
PINEDO	VALENCIA	Marino Villamil, 6	96 324 86 57
POBLA DE VALLBONA	VALENCIA	Av. Colón, 25	96 276 10 60
POBLA DEL DUC	VALENCIA	Plaza Doctor Gomar, 1	96 292 71 44
POBLA LLARGA	VALENCIA	San Vicente, 23 - 25	96 297 02 34
POLINYÀ DEL XUQUER	VALENCIA	Perales e Igual, 2	96 297 36 23
QUART DE POBLET	VALENCIA	Juan Ramón Jiménez, 37	96 151 86 11
QUATRETONDA	VALENCIA	Ausias March,13-15	96 226 47 84
QUESA	VALENCIA	Rey Amadeo, 5	96 225 60 80
RAFELGUARAF	VALENCIA	Jaume I, 5	96 258 64 44
RELLEU	ALICANTE	Carretera Vilajoyosa, s/n	96 685 62 89
ROCAFORT	VALENCIA	Doctor Lopez Trigo, 4	96 131 06 80
ROQUETES	TARRAGONA	Sant Ruf, 26	97 750 00 27
RUBÍ	BARCELONA	Av. Castelnou, 147	93 587 18 26
RUBIELOS DE MORA	TERUEL	Av. Los Mártires,2	97 880 71 03
SABADELL	BARCELONA	Paseo Almogávares, 17	93 711 95 80
SANT HILARI SACALM	GIRONA	Pl. General Moragues, 1	97 286 92 87
SANT VICENT DELS HORTS	BARCELONA	Maestro Perez Moya,11	93 676 93 14
SANTA COLOMA DE GRAMANET	BARCELONA	Mossen Camil Rossell, 18	93 391 17 39

POBLACIÓN	PROVINCIA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
SANTA MARGARIDA DE MONTBUÍ	BARCELONA	San Jaime, 5	93 804 23 19
SANTIAGO DE LA ESPADA	JAÉN	C/ En Medio, 12	95 343 83 92
SEGUR DE CALAFELL	TARRAGONA	Paseig Marítim, 255	977 16 02 99
SEGUR DE CALAFELL	TARRAGONA	Av. España, 92	977 16 33 77
SEGUR DE CALAFELL	TARRAGONA	Carretera Barcelona, 190	97 767 30 67
SERRA	VALENCIA	Virgen de los Angeles, 12	96 168 81 43
SIMAT DE LA VALLDIGNA	VALENCIA	Mayor, 26	96 281 03 52
SITGES	BARCELONA	Camí de la Fita, 30	93 894 16 92
SUECA	VALENCIA	Av. Del Mar, s/n (Mareny Blau)	620 06 70 61
SURIA	BARCELONA	Pius Macià, 28	93 869 56 70
TALAYUELAS	CUENCA	Obispo Almonacid, 4	96 936 32 06
TAVERNES DE LA VALLDIGNA	VALENCIA	C/ Major, 39	96 283 63 36
TAVERNES DE LA VALLDIGNA	VALENCIA	C/ Cicar, s/n	96 288 55 87
TEULADA	ALICANTE	Av. Santa Catalina, 29	96 574 01 52
TURIS	VALENCIA	Jaume I, 5	96 252 67 11
ULLDECONA	TARRAGONA	Murada de Baix, 52	977 72 01 48
VALENCIA	VALENCIA	General San Martín, 8	96 380 58 51
VALENCIA	VALENCIA	Av. Constitución, 11	96 340 12 04
VALENCIA	VALENCIA	Hermanos Maristas, 6	96 333 87 94
VALENCIA	VALENCIA	Marqués de Montortal, 99	96 366 74 50
VALENCIA	VALENCIA	Felipe Gauna, 9	96 372 98 02
VALENCIA	VALENCIA	José Esteve, 2	96 366 72 56
VENTA DEL MORO	VALENCIA	Lepanto, 10	96 217 81 84
VILAFAMÉS	CASTELLÓN	Cooperativa, 14-16	964 32 97 23
VILAFRANCA DEL CID	CASTELLÓN	Juan Pablo Climent, 11	96 444 00 91
VILAMARXANT	VALENCIA	Del Pozo, 7	96 165 02 54
VILLAMALEA	ALBACETE	Costerilla, 3	967 48 39 90
VILLAR DEL ARZOBISPO	VALENCIA	La Musical, 7	96 164 63 35
VINALESA	VALENCIA	Mayor, 10 bajo	96 149 80 26
VIVER	CASTELLÓN	La cadena, 1	96 414 13 91
XIXONA	ALICANTE	Alicante, 2	965 61 28 01
YATOVA	VALENCIA	Miguel Hernández, 1	96 250 83 16





6/ Cooperar es ser sostenibles y comunicarlo



Leyenda

ES	Indicador Economía Social
CS	Indicador Propio de Consum

Indicadores GRI

EN	Medio Ambiente (Environment)
EC	Economía (Economic)
PR	Responsabilidad sobre Productos (Product Responsibility)
SO	Sociedad (Society)
HR	Derechos Humanos (Human Rights)
LA	Prácticas Laborales (Labor Practices & Decent Work)

N.A. No aplica

Perfil

1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

INDICADORES GRI	EC. SOCIAL	PÁGINA
1.1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización (director general, presidente o puesto equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	9, 11
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	26, 29

2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

INDICADORES GRI	EC. SOCIAL	PÁGINA
2.1	Nombre de la organización	134
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	20
2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures)."	20
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	134
2.5	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria.	Consum sólo opera en España 37
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	20
	Descripción de una breve memoria que ponga de manifiesto la primacía de las personas y del objeto social sobre el capital.	ES1.1 9, 22
	Grupos de trabajo o espacios generados que favorecen la toma de decisiones de la organización.	ES3.3 69
	Porcentaje de personas de la organización que participan en alguno de los grupos o espacios generados.	ES3.4 69
2.7	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	20
2.8	Dimensiones de la organización informante, incluido: número de empleados, ventas netas, capitalización total desglosada en términos de deuda y patrimonio neto, cantidad de productos o servicios prestados, activos totales, propietario efectivo, desglose por país/región de: ventas/ingresos por países/regiones que constituyan un 5% o más de los ingresos totales, costes por países/región que constituyan un 5% o más de los ingresos totales, empleados.	32, 37, 63
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización, incluidos.	36
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	9

3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA

INDICADORES GRI	PERFIL DE LA MEMORIA	EC. SOCIAL	PÁGINA
3.1	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria (por ejemplo, ejercicio fiscal, año calendario).		21
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).		21
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).		21
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.		134
ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA			
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria.		21
3.6	Cobertura de la memoria (p. ej. países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores).		21
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.		21
3.8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	No hay negocios conjuntos, filiales, etc que puedan afectar a la comparabilidad.	
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.		133
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión (por ejemplo, fusiones y adquisiciones, cambio en los periodos informativos, naturaleza del negocio, o métodos de valoración).		26
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.		133
ÍNDICE DE CONTENIDOS DEL GRI Y DE LA ECONOMÍA SOCIAL			
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria.		119
	Tabla de contenidos Principios Economía Social.		119
VERIFICACIÓN			
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.		133

4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

INDICADORES GRI	GOBIERNO	EC. SOCIAL	
4.1	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.		16, 18
4.2	Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	El presidente no ocupa un cargo ejecutivo.	
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	Todos los miembros son socios.	
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.		69
	Porcentaje de personas o grupos con derecho al voto en los órganos máximos de decisión respecto al total de personas de la organización.	ES3.1	67
	Grado de renovación en los órganos de representación de la organización, indicando la fórmula de renovación prevista.	ES3.2	69
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	No existe vínculo entre la retribución de los directivos y el desempeño de la organización.	
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.		69
4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.		16
	Porcentaje medio de participación real en los máximos órganos de decisión.	ES3.7	67
	Descripción del proceso preparatorio del máximo órgano de representación social.	ES3.8	69
	Porcentaje de excedentes asignados a los miembros de la organización o a la incorporación de personas (excedentes capitalizados o monetarizados).	ES7.3	32
4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.		21, 41, 70
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.		29
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.		29
	Descripción de una breve memoria que detalle los requisitos y limitaciones de la soberanía de gestión de los máximos órganos de decisión de la organización.	ES6.1	69

INDICADORES GRI	COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS	EC. SOCIAL	PÁGINA
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.		29
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.		97
	Organización de actos sociales, culturales o solidarios, y colaboraciones monetarias o de cualquier tipo en los mismos.	ES5.1	94, 95
	Nombre y tipología de actividades de cooperación realizadas con otras organizaciones.	ES5.5	97
	Existencia de actuaciones vinculadas a inversiones socialmente responsables.		No se hacen
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.		96
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.		25
	Definición de un mapa de los grupos de interés focalizados en la organización.	ES4.1	25
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.		24
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.		24
	Flujos relacionales existentes entre la organización y sus grupos de interés.	ES4.2	25
	Existencia de una sistemática de valoración de la satisfacción de los grupos de interés.	ES4.5	25
	Proceso de información por el cual las personas de la organización tienen acceso a la información de triple vertiente (societaria, empresarial y económica), indicando los canales, frecuencia y los destinatarios.	ES3.5	25, 88
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.		24, 81

Desempeño económico

			PÁGINA
ENFOQUE DE GESTIÓN			32
INDICADORES GRI	DESEMPEÑO ECONÓMICO	EC. SOCIAL	PÁGINA
Principal EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.		32, 73
	Aumento o disminución de las ganancias retenidas a final del periodo.	ES7.4	32
	Porcentaje de compras producido en el territorio (materias primas, servicios y activos fijos) / total de compras	ES5.6	40
Principal EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.		48
Principal EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.		72
Principal EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.		79
PRESENCIA EN EL MERCADO			
Adicional EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.		73
Principal EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.		40
Principal EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.		62
IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS			
	Porcentaje sobre el Pasivo que corresponde a fondos colectivos o irrepartibles.	ES7.1	33
	Porcentaje de distribución de excedentes destinados a fondos colectivos o irrepartibles.	ES7.2	33
Principal EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.		33
Adicional EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.		40, 62
INNOVACIÓN			
	Recursos destinados a innovación (horas por persona o euros totales invertidos).	CS 1	45

Desempeño ambiental

				PÁGINA
ENFOQUE DE GESTIÓN				48
INDICADORES GRI		IMPACTO AMBIENTAL	EC. SOCIAL	PÁGINA
		Conocimiento y documentación de los impactos ambientales significativos que se deriven de la actividad.	ES5.8	48
		Definición y documentación de objetivos ambientales anuales en función de los impactos ambientales significativos.	ES5.9	48
		Consideración de criterios ambientales en la selección de proveedores, productos y servicios.	ES5.4	39
MATERIALES				
Principal	EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.		48
Principal	EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.		48
ENERGÍA				
Principal	EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.		49, 50
Principal	EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.		51
Adicional	EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.		50
Adicional	EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.		51
Adicional	EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.		53
AGUA				
Principal	EN8	Captación total de agua por fuentes.		53
Adicional	EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.		53
Adicional	EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.		53
BIODIVERSIDAD				
Principal	EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados o gestionados.	N.A. Nuestra actividad no se desarrolla en espacios protegidos.	
Principal	EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.		N.A. Idem
Adicional	EN13	Hábitats protegidos o restaurados.		N.A. Idem
Adicional	EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.		N.A. Idem
Adicional	EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.		N.A. Idem
		Medidas adoptadas para colaborar en la preservación o restauración de especies o espacios naturales próximos, así como las riquezas naturales y culturales, propiedad de la organización	ES5.13	N.A. Idem



EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS

Principal	EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	54
Principal	EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	54
Adicional	EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	58
Principal	EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	54, 55
Principal	EN20	NO _x , SO ₂ y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	54
Principal	EN21	Vertido total de aguas residuales, según naturaleza y destino.	53
Principal	EN22	Peso total de residuos generados, según tipo y método de tratamiento.	58
Principal	EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	58
Adicional	EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	58
Adicional	EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	N.A.

CONTAMINACIÓN ACÚSTICA

	Diferencia del ruido exterior producido por la actividad y el valor de emisión límite de la zona de sensibilidad acústica donde se ubica la actividad.	CS 2	56
	Medidas adoptadas para la minimizar la contaminación acústica.	CS 3	56

CONTAMINACIÓN LUMÍNICA

	Control y seguimiento del porcentaje de luminarias con baja dispersión hemisferio superior / total de luminarias.	CS 4	56
	Medidas adoptadas para la minimización de la contaminación lumínica.	CS 5	56

PRODUCTOS Y SERVICIOS

Principal	EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	55
Principal	EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	58

CUMPLIMIENTO

Principal	EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	48, 92
-----------	------	--	--------

TRANSPORTE

Adicional	EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	55
-----------	------	--	----

GENERAL

Adicional	EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	59
-----------	------	--	----

Desempeño social

Prácticas laborales

				PÁGINA
ENFOQUE DE GESTIÓN				62
INDICADORES GRI	EMPLEO	EC. SOCIAL		PÁGINA
Principal LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.			63, 65
Principal LA2	Número total de empleados y rotación media, desglosados por grupo de edad, sexo y región.			62, 65, 66, 76
	Requisitos para la adhesión de nuevos miembros a la organización.	ES2.1		67
	Requisitos y condiciones para la salida de la organización.	ES2.2		67
	Evolución de socios o miembros, describiendo la variación de altas y bajas.	ES2.3		65, 85
	Desglose del personal por tipo de trabajo, por contrato y por región, incluyendo los lugares de trabajo ocupados por personas con discapacidad sobre el total de la organización.	ES5.10		63, 65, 74, 78
	Número total de personas desglosado por grupos de edad, sexo y región, especificando el personal discapacitado.	ES5.11		65, 74, 76, 78
	Rotación media de la plantilla desglosada por grupos de edad, sexo y región, especificando el personal discapacitado.	ES5.12		66
	Media de Permanencia en la Empresa	CS 6		66
	Existencia de medidas de conciliación trabajo-familia-ocio (reducción de jornada, flexibilidad horaria, etc.)	CS 7		72
	Porcentaje de personas que disfrutan de cada medida de conciliación trabajo-familia-ocio.	CS 8		72
Adicional LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.			71, 72
RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES				
Principal LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.			81
Principal LA5	Periodo mínimo de preaviso relativo a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.			69
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO				
Adicional LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.			82
Principal LA7	Tasa de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y nº de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.			82
Principal LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.			82, 85
Adicional LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.			82



FORMACIÓN Y EDUCACIÓN

Principal	LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.		80
		Porcentaje de miembros de la organización que han recibido o participan en actividades de formación específica en economía social en el último año respecto al total de miembros de la organización.	ES3.6	79
Adicional	LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.		80
Adicional	LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.		81
		Porcentaje de inversión en formación para los trabajadores / masa salarial de la empresa.	CS 9	79
		Existencia de procedimientos para evaluar las acciones formativas	CS 10	79, 80

DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Principal	LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.		77
		Existencia de políticas o procedimientos de igualdad de oportunidades en la selección, promoción y desarrollo de las personas de la organización.	ES5.7	74
Principal	LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.		74
		Disponer de una auditoría de accesibilidad global reconocida a nivel mundial	ES5.14	36

Derechos humanos

			PÁGINA
ENFOQUE DE GESTIÓN			22
INDICADORES GRI	PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO		EC. SOCIAL
	Existencia de un apartado sobre los derechos humanos (rechazo del trabajo infantil y del trabajo forzoso y obligatorio, libertad de asociación, prohibición de aceptación de sobornos, corrupción...) dentro de la política de responsabilidad social.		ES4.3
Principal	HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	N.A. No se identifica ninguna inversión.
Principal	HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	N.A. Sólo trabajamos con empresas españolas.
		Existencia de una declaración formal que pida a los proveedores y empresas contratadas un compromiso de gestión respetuosa con el medio y socialmente responsable.	ES5.3
Adicional	HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	
NO DISCRIMINACIÓN			
Principal	HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas	74
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS			
Principal	HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	22, 81
PROTECCIÓN DE LA INFANCIA			
Principal	HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	22
TRABAJOS FORZADOS			
Principal	HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	22
PRÁCTICAS DE SEGURIDAD			
Adicional	HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	N.A. El servicio de seguridad está subcontratado.
Adicional	HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	N.A. Consum sólo opera en España.

Sociedad

			PÁGINA
ENFOQUE DE GESTIÓN			84
INDICADORES GRI	COMUNIDAD	EC. SOCIAL	PÁGINA
	Adaptación a la identidad cultural de los territorios donde actúa la organización	ES4.4	88
Principal S01	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.		36, 85, 88, 97
CORRUPCIÓN			
Principal S02	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.		80
Principal S03	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.		80
Principal S04	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción. No ha habido incidentes.		80
POLÍTICA PÚBLICA			
Principal S05	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	N.A. En consideración al marco legal español, no realizamos este tipo de colaboraciones.	
Adicional S06	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	N.A. En consideración al marco legal español, no realizamos este tipo de colaboraciones.	
COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL			
Adicional S07	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.		29
CUMPLIMIENTO NORMATIVO			
Principal S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.		92

Responsabilidad sobre productos

				PÁGINA
ENFOQUE DE GESTIÓN				40
INDICADORES GRI		SALUD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	EC. SOCIAL	PÁGINA
Principal	PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y satisfacción de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.		41
Adicional	PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.		92
ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS				
Principal	PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.		40
Adicional	PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.		92
Adicional	PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.		91
MARKETING RESPONSABLE				
Principal	PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.		42
Adicional	PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.		42, 92
PRIVACIDAD DEL CLIENTE				
Adicional	PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.		92
CUMPLIMIENTO NORMATIVO				
Principal	PR9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.		92

Técnicas de medición

(3.9, 3.10, 3.11)

La presente Memoria de Sostenibilidad ha sido elaborada por el Comité de RSE de la Cooperativa, en el que están representados cada uno de los departamentos, que trabajan y aportan los indicadores correspondientes. Las técnicas de medida para obtener los indicadores de desarrollo se corresponden con las fijadas por los protocolos de Global Reporting Initiative (GRI) G3. Los cambios realizados en el orden de los indicadores en esta Memoria, priorizando los del GRI, ha supuesto la identificación de indicadores propios (CS), además de los de Economía Social (ES), por lo que se mantiene el criterio de forma homogénea y sostenida en el tiempo. Asimismo, la información que se facilita es comparable con la Memoria de Sostenibilidad anterior, exceptuando el cálculo de la huella de carbono, ya que se ha incorporado una mejora en la herramienta de medición.


Verificación

(3.13)

La presente Memoria de Sostenibilidad de Consum S. Coop. V. ha sido elaborada de acuerdo con las directrices de la Guía de Elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI G3. Consum cubre en su informe de RSE los requisitos asociados al Nivel A de aplicación de G3, el cual implica que cumple con las especificaciones asociadas al Nivel A de G3 en cuanto a Perfil, Enfoque de gestión e Indicadores de desarrollo.

La presente Memoria de Sostenibilidad de Consum también ha sido elaborada de acuerdo con los Indicadores de los Principios de la Economía Social establecidos en el Manual especial para la Economía Social, Ciclo preparatorio para la elaboración de memorias de sostenibilidad GRI: Manual para organizaciones pequeñas y medianas, elaborado en el marco del Proyecto RSE.COOP.

Consum cubre en su informe de RSE los requisitos asociados al Nivel 1, ya que informa del 100% de los indicadores de la Economía Social definidos, incorporando, como mínimo, un indicador de cada principio. La Cooperativa ha decidido auditar este informe por un agente externo, porque comunicar con transparencia ayuda a crecer de manera sostenible, de manera que los datos incluidos en el presente documento han sido validados por una entidad independiente (Applus).

	2002 In accordance	C	C+	B	B+	A	A+
Auto declarado							
Revisado por terceros							
Revisado por GRI							

Certificado de verificación





CERTIFICADO

Núm. **GRI-0009/11**

LGAi Technological Center, S.A.
certifica que la verificación de la memoria de sostenibilidad de la
organización:

CONSUM S.COOP.V

Avda. Alginet, 1
E-46460 SILLA, Valencia

Titulada:
Memoria de Sostenibilidad : 2011

**es conforme con los requisitos establecidos por la Guía G3 del
Global Reporting Initiative con el nivel de aplicación: A⁺**

Cerdanyola del Vallès, 20 de abril de 2012

Director General LGAi	Director Técnico de Acreditaciones
	
Jordi Brufau Redondo	Miquel Sitjes Cabanes

El presente certificado se considerará válido siempre que se cumplan todas las condiciones del contrato del cual
este certificado forma parte.
LGAi Technological Center, S.A. Campus U.A.B., s/n, 08193 Bellaterra, Barcelona
Ed. 1
*(VER ANEXO)



CERTIFICADO

Núm.

GRI-0009/11

ANEXO

La auditoría de verificación de la Memoria de Sostenibilidad 2011 se realizó en fechas 26, 27 de marzo de 2011 y el informe de auditoría el 29 de marzo de 2011.

El Centro de Certificación LGAI TECHNOLOGICAL CENTER (Applus+CTC), certifica que el trabajo desarrollado por la empresa CONSUM S.COOP.V cumple con los requisitos establecidos en cuanto a la preparación, recogida y documentación de los datos relativos a los indicadores del esquema. No se han detectado desviaciones significativas y no se han puesto de manifiesto hechos que permitan deducir que los aspectos descritos en la Memoria contiene errores significativos. Los datos de la memoria son por tanto fiables y representativos de la actividad a efectos económicos, ambientales y sociales de la organización y siguen los criterios establecidos por la Memoria de Sostenibilidad GRI G3 con nivel de aplicación A*.

Cerdanyola del Vallès, 20 de abril de 2012

Director General LGAI

Jordi Brufau Redondo

Director Técnico de Acreditaciones

Miguel Sitjes Cabanas

El presente certificado se considerará válido siempre que se cumplan todas las condiciones del contrato del cual este certificado forma parte.
LGAi Technological Center, S.A. Campus U.A.B., s/n, 08193 Bellaterra, Barcelona
Ed. 1



Consum S. Coop. Valenciana

Avenida Alginet 1, 46460 Silla (Valencia)

Tel. 96 197 40 00 / Fax. 96 120 18 63

consumcooperativa@consum.es

www.consum.es

(2.1, 2.4, 3.4)

