



Responsabilidad Social Empresarial

El cliente	68
Nuestro capital humano	76
Los proveedores	86
Medio ambiente	89
Integración en la sociedad	95
Fundación Ramón Areces	102
Aportación a la Renta Nacional	104

RED ESPAÑOLA DE PACTO MUNDIAL**C/ Núñez de Balboa, 116, 5ª planta - puerta 27****Madrid, 27.10.2009****28006 - MADRID****Muy Sres. míos,**

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

Prueba de ello es la mención expresa de esta Adhesión en nuestro Compromiso con Proveedores (que han de firmar todos nuestros suministradores), así como la referencia a ello, año tras año, en el Capítulo de Responsabilidad Social contenido en el Informe Anual de El Corte Inglés, y la participación en los distintos eventos que la Red Española de Pacto Mundial organiza cada año.

En el ejercicio 2008/2009, El Corte Inglés ha incrementado sus acciones en materia de Responsabilidad Social Empresarial, destacado, entre otros, la adhesión a BSCI (Business Social Compliance Initiative) y GSCP (Global Social Compliance Programme), con el fin de otorgar un grado de fiabilidad contrastada a nuestra cadena de aprovisionamiento, mediante la verificación del cumplimiento de las obligaciones sociales de nuestros proveedores.

El objetivo que se plantea a tres años es garantizar una base de proveedores de calidad y socialmente responsables.

Por otro lado, el 21 de mayo de 2008 se firmó el Plan de Igualdad de la empresa El Corte Inglés, cuyo texto fue aprobado por unanimidad de todos los sindicatos participantes en la negociación.

El objetivo del Plan es garantizar la igualdad real y efectiva de oportunidades entre mujeres y hombres en el seno de la empresa, y evitar cualquier tipo de discriminación laboral.

Con el objeto de comprobar el cumplimiento del Plan, en julio de 2008 se constituyó la Comisión de Seguimiento del Plan, compuesta de forma paritaria por representantes de la empresa y de las organizaciones sindicales firmantes.

Entendemos que, de este modo, vamos desarrollando los Principios que forman parte del Pacto Mundial, en el convencimiento de que con ello nos unimos a una propuesta de actuación dirigida a la mejora constante de las condiciones de vida y trabajo, dentro de nuestro mundo globalizado.

Aprovecho la ocasión para saludarles muy atentamente y acompañar el último informe de Responsabilidad Social, al que se ha hecho referencia y que también se puede consultar en la web corporativa de El Corte Inglés www.elcorteinglescorporativo.es

EL CORTE INGLÉS, S.A.



Fdo: D. Jorge Pont Sánchez
Adjunto al Presidente



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

La Responsabilidad Social es un valor intrínseco a El Corte Inglés que forma parte de los fundamentos de la empresa y que está integrado en su estrategia de gestión. Desde sus orígenes hace siete décadas, la compañía ha adoptado un modelo empresarial sustentado sobre una serie de valores éticos, de garantía para el cliente, de respeto hacia los empleados y de vinculación con la sociedad.

Estos pilares se han mantenido a lo largo de los años, pero también han ido evolucionando a medida que la sociedad ha sentido nuevas necesidades y ha demandado nuevas actuaciones empresariales. Este ha sido, precisamente, uno de los rasgos diferenciadores de El Corte Inglés, su capacidad de adaptación a las nuevas demandas y exigencias de la sociedad al mismo tiempo que ha mantenido los valores esenciales de la compañía. El Corte Inglés nació bajo ese concepto de empresa responsable, pero también ha ido adaptándose y absorbiendo las nuevas tendencias y metodologías que conlleva la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

En la actualidad, el Grupo El Corte Inglés cuenta con un Comité de Responsabilidad Social que está liderado por la Dirección y en el que están representadas todas las áreas estratégicas del Grupo. Además, se han creado grupos de trabajo que abordan de manera interdisciplinaria diversas materias relacionadas con la RSE y que sirven de apoyo al Comité de Responsabilidad Social. Entre estos grupos de trabajo se encuentran los de Medio Ambiente, Eficiencia Energética y Cadena de Suministro.

Esta estructura permite que los conceptos y requerimientos que se exigen a una empresa socialmente responsable calen a todos los niveles de la compañía y sean asumidos por la organización en su conjunto.

Como consecuencia de esta cultura corporativa, El Corte Inglés posee una serie de valores que forman parte de la esencia de la empresa desde sus orígenes:

- Comportamiento ético y responsable en cualquier ámbito de actuación de la compañía. Esto posibilita un marco de confianza que se traslada tanto a las relaciones que se establecen con los clientes como a las que se mantienen con los proveedores, con los empleados y con la sociedad en general.

- Servicio y calidad con una oferta comercial amplia y diferenciada, lo que permite avanzar en nuestro modelo de crecimiento empresarial.
- Relación constante y fluida con todos los grupos de interés: clientes, empleados, proveedores, accionistas, competidores, organizaciones sociales, instituciones públicas y privadas y sociedad en general.
- Compromiso con el medio ambiente, que se plasma en las diferentes actuaciones que lleva a cabo el Grupo, tanto las relacionadas con su actividad empresarial como las destinadas a apoyar iniciativas ajenas.

En este contexto, El Corte Inglés ha integrado en su estrategia de gestión un modelo de responsabilidad social que le permite combinar su objetivo de crecimiento y maximización del beneficio con el objetivo de cumplir los compromisos éticos, sociales y medioambientales a los que se ha vinculado.

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

Toda esta política de responsabilidad social se asume como un camino constante de mejora y de avance para lograr la excelencia empresarial. Esto conlleva aspectos que forman parte de las señas de identidad de la compañía como son la satisfacción del cliente y la calidad de los productos y servicios que se ofrecen en los establecimientos del Grupo El Corte Inglés.

El cliente ocupa una posición privilegiada dentro de nuestros grupos de interés. Pero para lograr estos objetivos resulta fundamental el factor humano. Por eso, el Grupo considera a la plantilla como uno de sus recursos más valiosos. También es primordial la relación con los proveedores con quienes procuramos una colaboración permanente y estable, y a quienes instamos a participar de los principios que conforman el Pacto Mundial. Todo ello forma parte de nuestra vinculación con la sociedad en su conjunto y de las constantes relaciones que mantenemos con nuestros grupos de interés.

El cliente

El cliente es el eje de nuestro negocio y nuestra razón de ser. Toda la estrategia comercial del Grupo se desarrolla pensando en conseguir la mayor satisfacción posible para nuestros clientes. Aspectos como la innovación, la calidad, la seguridad del producto, el servicio y la atención personalizada están siempre presentes en cualquier decisión que se adopte en relación con el cliente.

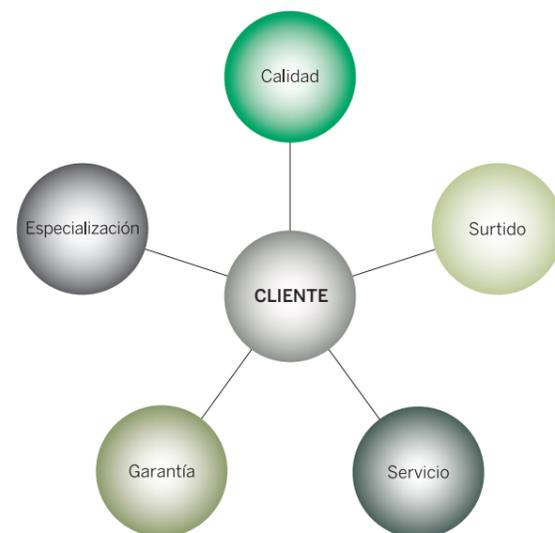
El fin último de todo ello es lograr una relación de confianza mutua. Nosotros confiamos en nuestros clientes y nos comprometemos con ellos, y el cliente, a su vez, deposita su confianza en nosotros, como nos lo demuestran los 660 millones de visitas recibidas en nuestros centros en 2008.

Por ello, podemos mantener desde hace años un compromiso de garantía que queda bien patente en nuestro lema "Si no queda satisfecho, le devolvemos su dinero".

Y esa dedicación al cliente nos ha permitido también incrementar sustancialmente el número de usuarios de la tarjeta de compra El Corte Inglés, lo que supone un reflejo de la confianza que inspira nuestro Grupo. A 31 de diciembre de 2008 había más de 10,8 millones de poseedores de tarjetas frente a los 10,2 millones del año anterior. Esto significa que casi uno de cada cuatro habitantes en España posee la tarjeta de compra El Corte Inglés.

Nuestros compromisos

Trabajamos para conseguir la máxima satisfacción de nuestros clientes. Pero este propósito no es solo un objetivo para nosotros; es mucho más, ya que forma parte de los fundamentos de El Corte Inglés y eso se traduce en los cinco compromisos con el cliente que mantienen todas las empresas del Grupo: calidad, servicio, surtido, especialización y garantía. Todo ello nos permite avanzar en el camino de la excelencia.



- La calidad abarca todos los ámbitos de actuación, desde el producto o el servicio que se ofrece, hasta el entorno en el que se desarrolla nuestra actividad comercial. Hay calidad en nuestros edificios, en la presentación de la mercancía, en el ambiente que se intenta transmitir al cliente, en los artículos de moda que se venden en nuestras tiendas, en los complementos, en la alimentación, en la electrónica de consumo y en toda la amplia gama de productos y servicios que se pueden encontrar en cualquiera de las empresas del Grupo.
- El servicio es uno de los elementos diferenciadores de El Corte Inglés. El trato personalizado y la relación directa con el cliente se ha convertido en uno de los signos distintivos del Grupo. Este respeto por el cliente se traduce en la libertad de movimiento que cada visitante tiene cuando entra en nuestras tiendas, pero también en la seguridad de que será atendido por un profesional especializado si así lo desea. Además, a esa atención personalizada, hay que añadir la creciente gama de servicios que El Corte Inglés ofrece.
- El surtido es otro de los pilares de nuestro compromiso con el cliente. Creemos en la libertad de elección y por eso ponemos a disposición de nuestros visitantes una gran variedad de productos y marcas de todo tipo, con el fin de que cada persona pueda elegir aquello que mejor se adecua a sus gustos, necesidades y posibilidades económicas.
- La especialización es el contrapunto que complementa el surtido. Somos especialistas en

moda, en complementos, en perfumería, en juguetes, en electrónica de consumo, en alimentación. Cada uno de los departamentos del gran almacén es una tienda especializada atendida por personal experto. Pero también somos especialistas en bricolaje, en óptica, en informática, en viajes, es decir, en áreas que hemos desarrollado a través de líneas de negocio diferenciadas y que responden a este compromiso de especialización que mantiene el Grupo El Corte Inglés.

- La garantía es el sello que marca todas las actuaciones del Grupo y lo que sustenta la confianza que nuestros clientes depositan en nosotros. La garantía de El Corte Inglés es un respaldo de seguridad y confianza, no solo en el momento de la compra, si no en la solución de incidencias que puedan surgir en el transcurso de la vida útil del producto y en su adecuación a las necesidades del consumidor.





La comunicación con el cliente

El servicio y la atención que el cliente recibe en los establecimientos de El Corte Inglés se complementa con una comunicación directa que se canaliza a través de nuestras páginas web, por vía telefónica, correo electrónico o por mensajes SMS. En 2008, la web www.elcorteingles.es registró más de 93,2 millones de visitas, un 42% más que el año anterior; y ya cuenta con 2,4 millones de clientes registrados, lo que supone un incremento del 11,6% sobre el ejercicio precedente. La web de El Corte Inglés ha ido también aumentando el número de tiendas, que ya alcanzan las 28, frente a las 25 de 2007.

Uno de los aspectos más destacados de este año ha sido la incorporación en nuestra página web de un bloque de información corporativa, donde se encuentran disponibles datos de interés sobre el Grupo, como el Informe Anual, las líneas básicas de nuestra estrategia de RSE y una sala de prensa. Se ha realizado un esfuerzo especial para dotar a la web de las herramientas de accesibilidad necesarias.

El resto de las web del Grupo, como Doblecerro, La aventura de ser madre, Canal Tecnia, o El Corte Inglés TV, entre otras, también trabajan para ofrecer cada día todo aquello que les pueda resultar de utilidad, consiguiendo notables incrementos en el número de visitantes y usuarios registrados.

Además, y para aquellos casos que precisa de una comunicación directa y personalizada con los clientes, el Grupo emplea otros canales como el teléfono (se recibieron más de 4 millones de llamadas y se realizaron más de 11 millones), el correo electrónico y los mensajes SMS. Precisamente a través de este canal se enviaron el año pasado 603.000 mensajes, un 53% más que en 2007.

93,2

MILLONES DE VISITAS

Registró la página web www.elcorteingles.es

2,4

MILLONES DE CLIENTES REGISTRADOS

En nuestra página web

Respuesta e innovación

Trabajamos para ser innovadores en nuestra oferta comercial, en los servicios que prestamos, en la comunicación con nuestros grupos de interés y todo aquello que pueda dar respuesta a las nuevas necesidades de la sociedad.

En este sentido, durante el ejercicio 2008 se ha intensificado y ampliado nuestra campaña de financiación 100% sin intereses y sin gastos, una iniciativa que se enmarca dentro de nuestra política de servicio y atención al cliente, al tiempo que da una muestra más de la capacidad de adaptación continua a las demandas de la sociedad. La compañía ha potenciado su política de financiación en un momento de endurecimiento del mercado crediticio permitiendo financiar la compra hasta en 12 meses sin intereses ni gastos para importes superiores a 120 euros, con mensualidades mínimas de 30 euros; o también dando la posibilidad de aplazar el pago varios meses.

Por otra parte, la actual coyuntura económica ha hecho que el consumidor mire con más atención la oferta de las marcas propias, especialmente en el área de alimentación. Con el objetivo de dar respuesta a las nuevas necesidades de los consumidores, el Grupo lanzó en octubre de 2008 la nueva marca Aliada que abarca todos los productos que se encuentran en la cesta básica de la compra. Es nuestra nueva marca exclusiva de alimentación, droguería y perfumería que se ha implantado en los supermercados de El Corte Inglés, en Supercor e Hipercor, y que se posiciona en nuestros establecimientos con el precio más competitivo del mercado. Aliada ha nacido como sinónimo de ahorro, tanto para nuestros actuales clientes como para los potenciales.

Su desarrollo se ha hecho sin perder nuestra identidad de marcas propias, como las de El Corte Inglés e Hipercor, en las que también hemos ampliado la oferta comercial, ya que la idea es que continúen siendo la insignia del Grupo. En este capítulo, hemos lanzado más de 700 nuevas, que sitúan nuestro surtido en unas 5.500 referencias de estas marcas.

En el resto de divisiones mantenemos nuestro criterio de trabajar marcas exclusivas. Enseñas como Saivod, Ansonic, CasActual, Boomerang o Runfit nos permiten dar una respuesta más directa y especializada en sectores como la electrónica, el hogar y el ocio, donde ya contamos con más de 1.500 referencias de marcas exclusivas.

También hay que destacar la oferta de marcas propias y exclusivas que realizamos en el sector textil, donde figuran desde colecciones básicas, hasta aquellas en las que predomina la innovación y el diseño sin olvidar el factor precio.

El Grupo lanzó en octubre del 2008 la nueva marca Aliada que abarca todos los productos que se encuentran en la cesta básica de la compra

Un universo de servicios

La calidad y la cantidad de servicios que ofrecemos son aspectos fundamentales en el devenir de la compañía. Por ello se han ido creando nuevas fórmulas que incrementan aún más la satisfacción de los clientes ofreciendo soluciones a sus demandas. De hecho, los clientes de El Corte Inglés tienen acceso a más de 50 servicios diferentes que van desde el envío de paquetes a domicilio, hasta el grabador de piezas, el servicio de intérprete o la posibilidad de aprender a maquillarse.

Uno de los servicios más relevantes es el seguro de rotura y expoliación que se ofrece de forma gratuita a los clientes cuando realizan compras de determinados productos que superan un importe establecido. A este seguro, que proporciona cobertura frente a posibles siniestros durante un período de tiempo, se adhirieron el año pasado más de 286.000 certificados, similar al ejercicio anterior.

Además, hay otra serie de servicios como el *Personal Shopper*, que funciona como un asesor de moda individual para cada cliente; o la Sastrería a Medida Artesana que cuenta con más de 50 sastres de reconocida experiencia. También contamos con otras innovadoras propuestas como el Servicio de Atención Personalizada, una propuesta de asistencia individualizada para facilitar el momento de la compra, o el Servicio Integral de Bodas donde el cliente puede contratar todo lo necesario para organizar y celebrar su boda.

En hogar se ha puesto en marcha el servicio de Asesores de Descanso que permite orientar a los clientes sobre los productos más adecuados (colchones, sábanas, almohadas, complementos) para cada persona. Finalmente, se ha creado también un servicio de encargo en las áreas de películas y discos, con el objetivo de poder realizar peticiones de aquellos productos no disponibles en tienda.

La calidad y la cantidad de servicios que ofrecemos son aspectos fundamentales en el devenir de la compañía



Un cuidado especial hacia las minorías

El Grupo El Corte Inglés tiene una vocación plural y de vinculación con la sociedad. Esto supone una política comercial capaz de dar satisfacción a todo tipo de clientes, incluidos los colectivos minoritarios.

Por ello, todos nuestros supermercados incluyen de forma diferenciada y señalizada productos adaptados para celíacos y diabéticos. Para las personas que padecen intolerancia al gluten, es decir, los celíacos, hay un amplio abanico de referencias que van desde elaborados cárnicos hasta charcutería especializada, pescados ahumados, diversos tipos de quesos y frutos secos ecológicos, entre otros. También están señalizados en los lineales productos aptos para diabéticos, así como otros sin lactosa para aquellas personas que no toleran este componente.

A todo ello hay que sumar los productos específicos sin azúcar, así como la amplia gama de productos ecológicos que tenemos en nuestros supermercados. En conjunto, hay más de 750 referencias de estas gamas especiales.



Hamburguesa sin gluten, idónea para celíacos.

La diversidad cultural y el respeto por las minorías que lleva a cabo el Grupo también están reflejados en todos nuestros supermercados, donde ofrecemos un creciente número de referencias de productos de alimentación para estos colectivos. Entre ellos se encuentran alimentos típicos orientales, latinoamericanos y determinados tipos de carnes dirigidos a colectivos con alguna significación cultural concreta. En total hay unas 700 referencias dirigidas a atender las demandas de estos grupos ciudadanos.

Seguridad del producto

El compromiso de garantía que mantiene El Corte Inglés está directamente ligado a la seguridad que ofrecen los productos que comercializa. Para ello se han establecido unos altos niveles de exigencia.

En un modelo comercial como el nuestro, donde existe una amplia tipología de productos, la seguridad debe abordarse de forma diferenciada en función del área de que se trate, ya sea textil, cosmética, juguetes, alimentación, o cualquier otra. Esto es posible gracias a la estrecha colaboración que mantenemos con nuestros proveedores, lo que nos permite establecer estándares y controles adecuados a cada tipo de producto.

Toda el área de alimentación recibe una atención especial con continuos controles de calidad y trazabilidad de los productos, para lo que contamos con el apoyo de nuestros suministradores. El sistema está diseñado de tal modo que permite un seguimiento permanente de todo el proceso, desde el control de la materia prima en origen hasta las diversas fases de manipulación, preparación, presentación, etiquetado y transporte de la mercancía hasta el punto de venta.

El protocolo de actuación garantiza el mantenimiento de la temperatura y la continuidad de la cadena de frío en productos congelados y refrigerados. Este seguimiento se produce en las dos fases de transporte, la que va del proveedor al establecimiento, y la que se realiza entre la tienda y el domicilio del consumidor, en el caso de los envíos a domicilio. Todo ello sin olvidar las etapas intermedias de permanencia en los centros de distribución o en los establecimientos comerciales.

Además, El Corte Inglés desarrolla en todos sus centros comerciales un Plan de Control Higiénico Sanitario que tiene como objetivo garantizar la seguridad y las condiciones de los alimentos mediante la aplicación de prácticas adecuadas para la correcta conservación y manipulación.

Uno de los eslabones fundamentales de esta cadena es el control periódico y el examen minucioso de los productos que se comercializan en nuestros establecimientos. A los controles que realizan nuestros proveedores, se añaden los propios de El Corte Inglés con análisis permanentes en su propio laboratorio de alimentación, así como en laboratorios independientes públicos y privados.

En alimentación hay un control continuo de calidad y trazabilidad, desde la materia prima en origen hasta las diversas fases de manipulación, preparación, presentación, etiquetado y transporte de la mercancía hasta el punto de venta



11.000

ANÁLISIS

De productos de alimentación se han realizado en 2008

Durante el ejercicio 2008 se realizaron alrededor de 11.000 análisis, de los cuales más de 2.500 correspondieron a productos de marcas propias tanto de El Corte Inglés como de Hipercor, lo que nos permite ofrecerlos a nuestros clientes con plena garantía en sus condiciones de calidad y seguridad.

El Corte Inglés también respalda la seguridad del resto de artículos que comercializa en sus establecimientos. Para ello realiza constantes controles internos y está adherido a las diversas redes de alertas que existen en el mercado español y que permiten detectar cualquier incidencia que se pueda producir en algún tipo de artículo. Estas redes de alertas coordinan, desde la Administración y las asociaciones empresariales, cualquier contingencia ocasional, así como la retirada del producto cuando hay dudas sobre su garantía o seguridad.

Percepción e índices de satisfacción

En El Corte Inglés trabajamos para conseguir la plena satisfacción de nuestros clientes. Por eso hemos desarrollado un barómetro interno que se elabora a partir de una serie de entrevistas -más de 270.000 al año-, y que ofrece resultados semestrales permitiendo conocer la evolución de ese índice de satisfacción del cliente.

Pero además de todo el seguimiento interno cuyo fin es la mejora continua, El Corte Inglés es habitualmente analizado por compañías ajenas al Grupo. Sus conclusiones ponen de manifiesto que el grado de satisfacción del cliente de El Corte Inglés se encuentra a la cabeza del sector de la distribución española. La confianza que nos conceden los clientes se ve refrendada por su valoración social y por una buena reputación corporativa.



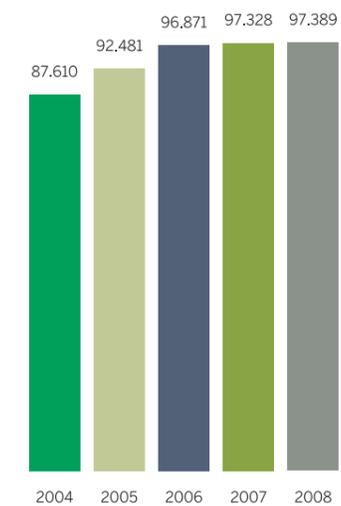
Nuestro capital humano

PRINCIPALES CIFRAS:

- Plantilla media, a jornada completa: 97.389 personas
- 63% son mujeres y 37% hombres
- 90% tienen contrato fijo
- 61% a jornada completa, 28% reducida y 11% días sueltos
- 37 años de edad media y 11 de antigüedad media
- Más de 9.900 cursos presenciales, destinados a más de 116.000 alumnos
- 2.328 personas fueron promocionadas a puestos de mayor responsabilidad

EVOLUCIÓN DE LA PLANTILLA

Plantilla a jornada completa



Nuestro capital humano es una de las piezas fundamentales del Grupo, ya que constituye una de nuestras principales ventajas competitivas y un factor clave para el desarrollo permanente del Grupo. La elevada profesionalidad de nuestro personal y nuestra cultura corporativa, basada en el trabajo en equipo, están enfocadas al objetivo común de la satisfacción del cliente.

La plantilla media durante el ejercicio 2008, expresada a jornada completa, ha sido de 97.389 personas. Esto nos consolida como uno de los grupos empresariales con mayor nivel de empleo en España.

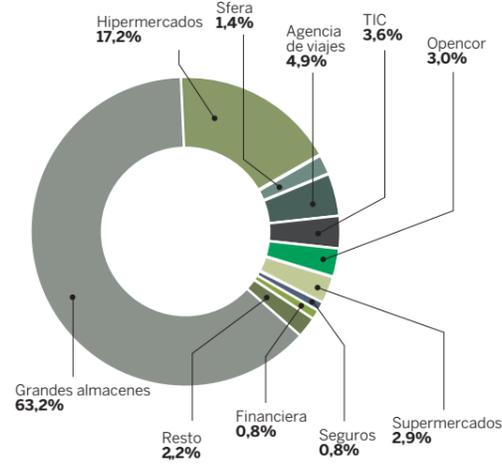
Todo el personal que compone el Grupo El Corte Inglés está repartido entre más de 20 empresas que operan en diversos sectores y que tienen presencia en todo el territorio nacional y, en algunos casos, también en el extranjero. Esta diversidad de actividad genera una gran riqueza de perfiles profesionales.

Los siguientes gráficos reflejan la segmentación y distribución de la plantilla en función de diversos parámetros.



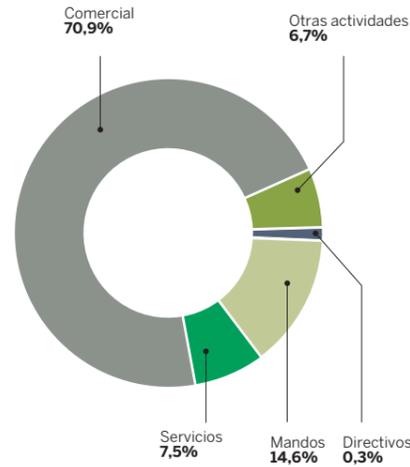
DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL

Por líneas de negocio



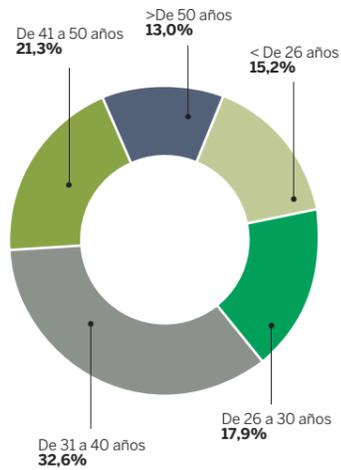
DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL

Por grupos de actividad



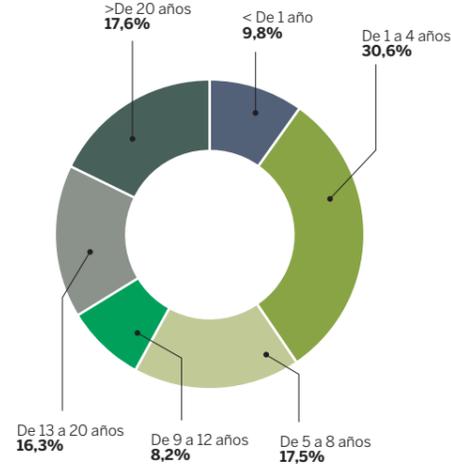
DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL

Por intervalos de edad



DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL

Por intervalos de antigüedad



97.389

PERSONAS

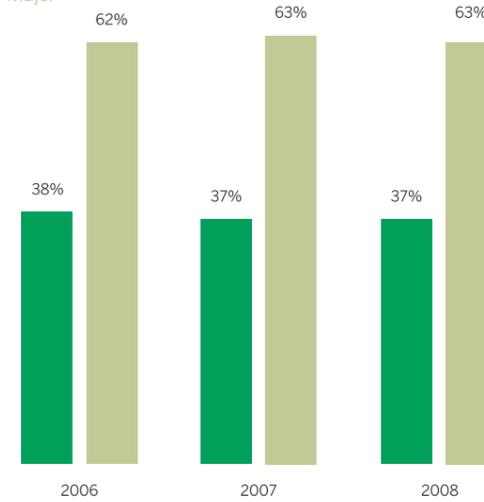
Componen nuestra plantilla media a jornada completa

63%

DE LA PLANTILLA SON MUJERES

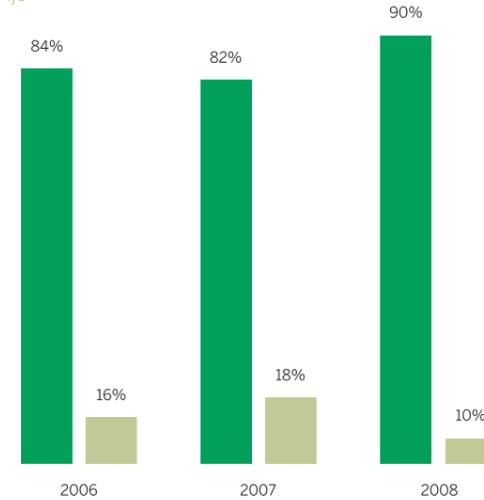
DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL POR SEXO

Hombre / Mujer



DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL POR TIPO DE CONTRATO

Fijo / No Fijo



Selección y Formación

Durante el ejercicio 2008 se ha reforzado la selección y formación de personal, centrándonos especialmente en la contratación de profesionales para las nuevas aperturas y atendiendo, a la vez, a las continuas necesidades de las tiendas ya implantadas.

Los perfiles más demandados a lo largo del ejercicio han sido los comerciales, tanto profesionales de venta como de otras áreas relacionadas con el servicio al cliente.

Para su contratación se han empleado todas las fuentes de reclutamiento disponibles, desde la búsqueda directa hasta las acciones a través de Internet, herramienta imprescindible para la captación de profesionales, que incluye tanto la propia web de El Corte Inglés, como otros portales de empleo y diversas redes sociales.

Del mismo modo, se ha continuado la política de colaboración con organismos públicos para la inserción de colectivos desfavorecidos como son las mujeres víctimas de malos tratos o las personas discapacitadas.

Cabe también destacar los acuerdos de colaboración que mantenemos con diversos centros de enseñanza y la gestión de prácticas de alumnos de formación profesional que realizamos durante el ejercicio 2008. Más de 1.500 alumnos de ciclos de grados medio y superior, y 140 becarios de diferentes especialidades, han realizado prácticas en nuestro Grupo. En muchos casos, además, estas prácticas han resultado un medio eficaz para la posterior incorporación de los alumnos a alguna de las empresas del Grupo.

La formación es uno de los aspectos fundamentales en el área de Recursos Humanos, además de uno de nuestros elementos diferenciadores. Todas las personas que se incorporan a la plantilla reciben una formación adecuada a su puesto de trabajo, que se va ampliando y especializando según van avanzando en su carrera profesional.

Como en ejercicios anteriores, en 2008 los esfuerzos de formación se han centrado en la profesionalización y especialización del personal de venta atendiendo a las tres disciplinas clásicas: atención al cliente y técnicas de venta, conocimiento del producto, y procesos administrativos y de gestión. A ello hay que añadir la formación propia que recibe el personal que accede a los puestos de mando, así como los cargos intermedios.

En cuanto a la metodología de enseñanza, la plataforma de formación a distancia Aul@Eci está consolidada como el medio más adecuado para llegar a una plantilla tan numerosa como la nuestra. También resulta apropiada para la formación inicial de las personas que se incorporan a las tiendas de los nuevos formatos comerciales.

El Aul@Eci se utiliza asimismo para informar a grandes colectivos en un corto período de tiempo. Los datos más significativos del ejercicio son:

CONTENIDOS	PRESENCIAL			ON-LINE	
	CURSOS	HORAS	ALUMNOS	HORAS	ALUMNOS
Mandos	466	12.775	6.353	2.390	2.608
Producto y oficios	4.649	61.413	47.625	55.893	93.797
Comercial y marketing	1.552	34.904	19.477	15.374	20.676
Administración e informática	3.132	23.277	41.045	17.533	22.957
Otros	125	2.983	1.635	12.568	5.290
TOTAL	9.924	135.352	116.135	103.758	145.328

Duración media de los cursos	14 horas
Nº medio de alumnos por curso	12
Índice de rotación (formación presencial)	1,2

9.924

CURSOS PRESENCIALES

Se han impartido entre nuestros empleados

Se ha continuado la política de colaboración con organismos públicos para la inserción de colectivos desfavorecidos como son las mujeres víctimas de malos tratos o las personas discapacitadas

2.328

PERSONAS HAN SIDO PROMOCIONADAS

A puestos de mayor responsabilidad

Promoción y reconocimiento

Para un Grupo como El Corte Inglés, que mantiene un modelo de Recursos Humanos basado en una serie de compromisos con sus empleados, la gestión del desempeño y del talento es un factor clave que se extiende a toda la organización. Este modelo permite impulsar el desarrollo profesional de los empleados al mismo tiempo que se motiva al personal y se potencian aquellas cualidades que posibilitan el avance y la mejora dentro de la empresa.

En este contexto, durante el ejercicio 2008 un total de 2.328 personas fueron promocionadas a puestos de mayor responsabilidad, con el siguiente desglose por empresas:

EMPRESA	PERSONAS
El Corte Inglés	1.436
Hipercor	335
Informática El Corte Inglés, Electrónica y Telecor	62
Viajes El Corte Inglés	74
Otras empresas del Grupo	421
TOTAL	2.328

Además, dentro de esa vinculación que la compañía tiene con sus empleados, cada año se celebra la entrega de emblemas a las personas que cumplen 25 y 15 años de permanencia en el Grupo. En el ejercicio 2008 se han entregado 399 insignias de oro y 825 de plata a quienes han cumplido este tiempo dentro de la empresa. Este reconocimiento es una manera de premiar la fidelidad y constancia que refuerzan nuestra cultura corporativa.

La distribución de los emblemas por empresas es la siguiente:

EMPRESA	PERSONAS	
	25 AÑOS	15 AÑOS
El Corte Inglés	264	457
Hipercor	112	271
Informática El Corte Inglés, Electrónica y Telecor	8	13
Viajes El Corte Inglés	3	34
Otras empresas del Grupo	12	50
TOTAL	399	825

Relaciones laborales

Dentro del marco de las relaciones laborales, uno de los aspectos más destacados del ejercicio ha sido el Plan de Igualdad de la empresa El Corte Inglés, que se firmó el 21 de mayo de 2008. El texto del Plan fue aprobado por unanimidad de todos los sindicatos participantes en la negociación, CCOO, FASGA, FETICO y UGT.

El objetivo principal del Plan es garantizar la igualdad real y efectiva de oportunidades entre mujeres y hombres en el seno de la empresa y evitar cualquier tipo de discriminación laboral.

El Plan de Igualdad es de aplicación en todos los centros de trabajo de la empresa El Corte Inglés; asimismo, está previsto que se aplique en aquellos centros que se abran en el futuro.

En el mes de julio de 2008 se constituyó la Comisión de Seguimiento del Plan, compuesta de forma paritaria por representantes de la empresa y de las organizaciones sindicales firmantes, que está funcionando con total normalidad.



Además, otras empresas del Grupo, entre ellas Hipercor, Opencor, Viajes El Corte Inglés e Informática El Corte Inglés han iniciado a lo largo del ejercicio 2008 el desarrollo de sus respectivos planes de igualdad con referencias a aspectos relacionados con el acceso y la promoción profesional, así como a las mejoras en la conciliación de la vida familiar y laboral.

De hecho, con posterioridad al cierre del ejercicio 2008, se ha firmado el Plan de Igualdad de Informática El Corte Inglés.

Convenio colectivo

Con posterioridad al cierre del ejercicio, con fecha 5 de agosto de 2009, se ha firmado el nuevo Convenio Colectivo de Grandes Empresas de Distribución, encuadradas en ANGED, con las organizaciones sindicales FASGA y FETICO, mayoritarias en el sector.

La vigencia de este nuevo Convenio es de cuatro años, 2009-2012.

De su contenido destacamos los siguientes aspectos:

- Se garantiza el mantenimiento de los actuales niveles de empleo fijo del sector durante la vigencia del Convenio.
- Incremento del sueldo base en un 2% para el año 2009. Como novedad, se añade el factor consumo como una variable que se tendrá en cuenta junto a la inflación real para las subidas salariales previstas en el Convenio en el resto de años.
- Se mantiene la jornada anual de 1.770 horas a lo largo de la vigencia del Convenio, con una nueva redistribución de ésta al objeto de mejorar la productividad, al propio tiempo que facilitar la conciliación de la vida familiar y laboral.
- Se introducen modificaciones con el objetivo de reducir el absentismo laboral.

Seguridad y salud laboral

La prevención de riesgos laborales ocupa un lugar destacado por la política de mejora continua y permanente de la acción preventiva. Durante el ejercicio 2008, el Servicio de Prevención Mancomunado del Grupo de Empresas El Corte Inglés ha continuado desarrollando una serie de trabajos destinados a la total integración del sistema de prevención dentro de todos los ámbitos de la organización.

Dentro de estas labores destaca la puesta en marcha de nuevos procedimientos relativos a la protección de trabajadores discapacitados, así como al control de diversas actividades consideradas de riesgo, las cuales forman parte del proceso de revisión del Plan de Prevención que se inició el ejercicio anterior.

Asimismo, hay que señalar el avance que se ha llevado a cabo en la gestión preventiva de los accidentes. El nuevo sistema tiene como prioridad desarrollar acciones preventivas más eficaces mediante un conocimiento preciso de los accidentes de trabajo, así como procurar la información en tiempo y forma a la autoridad laboral y a los representantes de los trabajadores.

Se han puesto en marcha nuevos procedimientos relativos a la protección de trabajadores discapacitados

Beneficios sociales

Además de las condiciones en las compras que nuestros empleados realizan como clientes en las empresas del Grupo, cabe destacar otros servicios y beneficios:

- Seguro de Vida Colectivo que atiende indemnizaciones por fallecimiento e invalidez permanente absoluta. En este ejercicio, la cuantía por este concepto fue de 8,13 millones de euros.
- Acceso a formación superior a través del Centro de Estudios Universitarios Ramón Areces exclusivo para los empleados del Grupo. Durante el ejercicio, un total de 824 personas han cursado estudios de diversa índole mediante este sistema, que incluye licenciaturas, diplomaturas, másteres y cursos de especialización.

CURSOS	ALUMNOS
Licenciaturas	
Derecho	108
Economía / Administración y Dirección de Empresas	85
Ingeniería en Informática	93
Diplomaturas	
Ciencias Empresariales y Comerciales	126
Empresas y Actividades Turísticas	149
Óptica	48
Másteres	54
Otros	161
TOTAL	824

- Ayudas de estudios para hijos de empleados
 - La Comisión Mixta de las Fundaciones César Rodríguez y Ramón Areces han concedido este año 1.712 ayudas, por valor de 1,47 millones de euros, destinadas a estudios de formación profesional, bachillerato y cursos universitarios.
 - También se han concedido 399 ayudas económicas a empleados que tienen hijos con discapacidad y requieren de educación especial.
- El Corte Inglés intenta favorecer la integración laboral de aquellas personas discapacitadas que son familiares de sus empleados. Durante el último ejercicio se han intensificado este tipo de acciones que se realizan a través del Plan Familia que se desarrolla en colaboración con la Fundación Adecco.

Diversidad e integración

El Corte Inglés es consciente de las ventajas que ofrecen la diversidad e integración en su plantilla de personas de diferente origen y capacidades. En este contexto se enmarcan todas las iniciativas que se llevan a cabo para conseguir la igualdad de oportunidades de las personas con discapacidad y su integración en el mundo laboral.

Para ello, además de la incorporación de personas discapacitadas a nuestra plantilla, se colabora con diversos Centros Especiales de Empleo para la subcontratación de servicios y compra de productos fabricados en dichos centros.

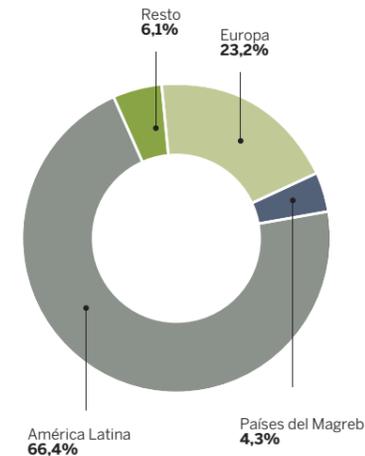
Los datos más significativos del ejercicio son:

- Plantilla contratada directamente: 815 personas.
- Centros Especiales de Empleo (CEE) con los que se trabaja: 75.
- Facturación de CEE: 17,3 millones de euros.
- Donaciones efectuadas a entidades dedicadas a la inserción de personas con discapacidad: 390.000 euros.

Asimismo, El Corte Inglés valora la riqueza y el intercambio multicultural que supone contar con personas de distintos orígenes y procedencia. Al cierre del ejercicio había en nuestra plantilla más de 5.700 personas de nacionalidad no española y procedentes de más de 60 países, la gran mayoría de América Latina.

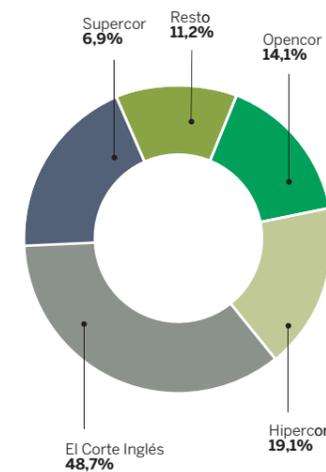
DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL EXTRANJERO

Por país de procedencia



DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL EXTRANJERO

Por empresas



La asociación integrada y gestionada por empleados cuenta con el apoyo de la empresa por cuanto supone de fomento de una relación lúdica, cultural y humana entre sus miembros

Asociación de empleados

La asociación Grupo de Empresas El Corte Inglés (GECI) es una agrupación integrada por empleados cuyos beneficios se extienden a sus familiares y cuya finalidad es promover la convivencia entre todo el personal y sus familias mediante actividades socio-culturales, deportivas y recreativas.

En la actualidad, cuenta con 10.500 socios y 37.250 beneficiarios, si bien todo el personal del Grupo El Corte Inglés puede disfrutar de la programación de actividades y las ofertas de entretenimiento y ocio. En este ejercicio han tomado parte en alguna de sus actividades más de 47.000 personas.

Aunque se trata de una asociación integrada y gestionada por los empleados, la empresa apoya este tipo de iniciativas por cuanto supone el fomento de una relación lúdica, cultural y humana entre sus miembros.

Entre las numerosas actividades realizadas durante el ejercicio 2008, destaca la visita que se organizó con motivo de la celebración de la Expo Zaragoza. En esta ocasión, el GECI consiguió que más de 2.900 personas se beneficiasen de esta oferta cultural y recreativa.

Por otro lado, hay que destacar el compromiso solidario de la Asociación en acciones de tipo humanitario, de voluntariado social y cooperación internacional. El GECI destina un porcentaje de las cuotas de los socios a colaborar con este tipo de proyectos.

Durante este ejercicio, la Asociación ha promovido diversos encuentros con organizaciones como Cáritas Española, Codespa o Proyde para enseñarles cómo se pueden gestionar los recursos humanos y económicos de los que disponen.

Los proveedores

El Grupo El Corte Inglés ha tenido, desde sus orígenes, la clara convicción de que la satisfacción de nuestros clientes se inicia con una buena elección del proveedor, una selección del producto adecuado y una constante relación, intercambio y colaboración con el fabricante, en un marco de mutua confianza.

Esto se complementa con el compromiso ético que hace tres años se puso en marcha con los proveedores y al que ya se han adherido la gran mayoría de ellos. Estos principios básicos constan en un texto escrito que suscriben nuestros suministradores y en el que se recogen aspectos como la garantía y seguridad del producto o servicio, la búsqueda de la excelencia, la lealtad y confianza entre las partes, así como el respeto a los derechos humanos, laborales y medioambientales, conforme a lo expresado en el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

El Grupo El Corte Inglés ha tenido, desde sus orígenes, la clara convicción de que la satisfacción de nuestros clientes se inicia con una buena elección del proveedor

Para la implementación de estos compromisos sociales y medioambientales, contamos con un grupo de trabajo en el que, desinteresadamente, vienen colaborando distintas ONG, así como organizaciones de consumidores y sindicales que nos aportan su experiencia, análisis y expectativas, al efecto de garantizar un marco de transparencia con las entidades interesadas de nuestra sociedad. En este grupo de trabajo estuvieron presentes en el ejercicio 2008 OCU, CECU, Fiteqa, Codespa, Entreculturas, SETEM e Intermón Oxfam.

Fruto de este proceso, en marzo de 2008 se formalizó la incorporación de El Corte Inglés a las dos iniciativas internacionales que agrupan a grandes empresas y que, tras años de experiencia, ofrecen un estándar definido para la valoración de la realidad de las empresas de fabricación según unos códigos de conducta. Estas organizaciones a las que nos hemos sumado son BSCI (*Business Social Compliance Initiative*) y GSCP (*Global Social Compliance Programme*) de CIES, con el fin de otorgar un grado de fiabilidad contrastada a nuestra cadena de aprovisionamiento, mediante la verificación del cumplimiento de las obligaciones sociales de nuestros proveedores.

Esta adhesión supone la asunción por parte de El Corte Inglés del Código de Conducta compartido por todos los miembros de BSCI, lo que, por otra parte, confirma el compromiso ya asumido por escrito con nuestros proveedores.

Asimismo supone la implantación de un estándar internacional de auditoría, válido para los grandes grupos europeos de distribución, que permite que un proveedor ya auditado por una empresa cliente, no deba repetir la auditoría al aceptar un pedido de otra compañía de distribución, ya que todos los miembros de BSCI aceptamos la calificación que se ha obtenido mediante el mencionado estándar de auditoría.

Por esta razón, en una primera fase se ha trabajado en la comprobación de coincidencias de empresas proveedoras entre nuestra base de datos de proveedores, con la ya existente de BSCI. Este proceso ha arrojado como resultado que más de 100 proveedores del Grupo El Corte Inglés hubieran pasado ya por auditorías conforme al sistema BSCI.

Se ha implantado un estándar internacional de auditoría válido para los grandes grupos europeos de distribución

Tras ello, se ha procedido a elaborar el plan de trabajo según el cual el Grupo El Corte Inglés desarrolla sus compromisos con BSCI. El objetivo que se plantea a tres años es garantizar una base de proveedores de calidad y socialmente responsables, al efecto de avanzar en la estrecha colaboración con la que ya se viene trabajando con todos ellos, resultado de un proceso de consolidación y de una mejora continua en nuestra relación.

En este sentido, unos cuarenta proveedores de China e India han participado en seminarios de formación en Responsabilidad Social Empresarial organizados por BSCI en varias ciudades. Está previsto que más proveedores asistan a nuevos seminarios del mismo tipo que se han convocado ya en 2009 en Ho Chi Minh City (Vietnam), Hangzhou y Guangzhou (China).

Desde enero de 2009, El Corte Inglés cuenta además con un representante en el Consejo Supervisor de BSCI.

Business to business

Durante el ejercicio 2008, se han dado nuevos pasos en la colaboración de El Corte Inglés con sus proveedores a través del comercio electrónico entre empresas.

Se ha puesto en marcha una nueva versión actualizada del Portal del Proveedor, que facilita, entre El Corte Inglés y sus proveedores, un intercambio más ágil de información referida a pedidos, albaranes, facturas, pagos, etiquetas, etc. como preludeo de nuevas funcionalidades.

Se ha producido un avance significativo con respecto a años anteriores tanto en el número de negociaciones electrónicas realizadas, como en el amplio abanico de categorías de producto, con especial incidencia en las compras de material.

Por último, se ha puesto en marcha la utilización del catálogo electrónico con la implantación del proceso estandarizado de sincronización electrónica de datos de producto. A finales del ejercicio 2008, unos 50 proveedores del ámbito de gran consumo publicaban ya sus datos de producto siguiendo el nuevo estándar internacional de GS1, al que está previsto incorporar nuevas categorías de producto en las próximas campañas.



Medio ambiente

El Grupo El Corte Inglés ha continuado a lo largo del ejercicio 2008 ampliando sus compromisos en materia medioambiental. Ha avanzado en aquellas acciones necesarias que permitan garantizar el objetivo del desarrollo sostenible y mantener el progreso y la evolución de sus actividades, sin comprometer el futuro medioambiental de las generaciones venideras.

Como empresa de distribución comercial, la minimización del impacto ambiental se centra en unos principios de actuación claros y concretos: el uso de las mejores técnicas disponibles, el consumo responsable de los recursos y su máximo aprovechamiento, la gestión adecuada de los residuos y la formación de trabajadores, así como la sensibilización de clientes y proveedores.

En todo ello procuramos ir más allá del cumplimiento de la normativa vigente, teniendo en cuenta siempre los compromisos voluntarios que hemos adquirido con diferentes organizaciones y administraciones.



Dos de los modelos de la colección de bolsas reutilizables del Grupo El Corte Inglés.

Materiales

Los envases y embalajes constituyen, junto con el papel de impresión, uno de los mayores impactos ambientales de nuestra empresa. Por ello gran parte de nuestros esfuerzos se centran en fomentar el consumo responsable de este tipo de materiales.

En este sentido, uno de nuestros focos de actuación durante este ejercicio ha sido la reducción del consumo de bolsas de plástico de un solo uso, para lo cual se han abierto varias líneas de actuación centradas principalmente en la formación y sensibilización a empleados y clientes, y en la potenciación de materiales y productos alternativos.

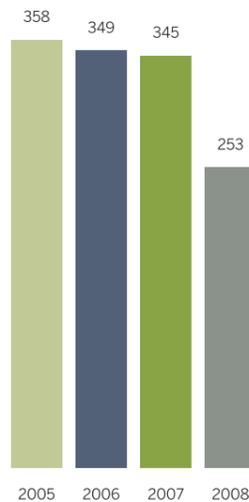
Por un lado, se han desarrollado varios cursos de formación para el personal de línea de caja con los que se pretende argumentar y concienciar sobre la responsabilidad medioambiental en el consumo de bolsas de plástico; en el ejercicio 2008 un total de 5.262 personas ha recibido este tipo de formación.

Y por otro lado, también se han lanzado mensajes de respeto al medio ambiente en las líneas de caja de los supermercados de Hipercor, Supercor, Opencor, Bricor y en los supermercados de El Corte Inglés. Bajo la consigna "Cuidemos el medio ambiente. Utiliza sólo las bolsas que necesitas", se intenta captar la complicidad del cliente en esta iniciativa a favor del desarrollo sostenible. Todo ello se ha traducido en un menor consumo de bolsas de plástico, ya que en solo tres meses se han entregado aproximadamente siete millones menos de unidades.

Paralelamente se ha potenciado el uso de materiales y productos alternativos, como son las bolsas reutilizables creando nuevos modelos para su implantación en las salas de supermercado e hipermercado. Durante el ejercicio 2008 se lanzó una colección que bajo la inscripción “Esta bolsa es verde” comercializa bolsas de varios colores excepto el verde y en material reutilizable.

Con posterioridad al cierre del ejercicio y ya en 2009, el Grupo El Corte Inglés ha lanzado una nueva colección con la intención de avanzar en ese compromiso de protección del medio ambiente. Varios formatos comerciales del Grupo han replicado sus características bolsas de plástico en materiales reutilizables, lavables y en versión plegable para su fácil transporte: triángulos negros y verdes en el caso de El Corte Inglés, triángulos azules para Hipercor, e imagen corporativa para las correspondientes bolsas de Supercor, Opencor, Bricor y los supermercados de El Corte Inglés. El formato plegable permite que el cliente pueda llevar la bolsa de forma permanente y accesible, y sacarla cuando vaya a realizar alguna compra o tenga necesidad de portar cualquier tipo de mercancía.

PÁGINAS IMPRESAS POR AÑO
(Millones de páginas)



En cuanto al consumo de papel de oficina, en el ejercicio 2008 se ha logrado reducir el número de páginas impresas en un 26,7%, respecto al año anterior. Si nos remontamos a 2005, cuando se puso en marcha la herramienta de visualización de informes (EOS), la cifra asciende a más de 151 millones de páginas, lo que significa un ahorro de 1.280 Tm de emisiones de CO₂, además de las materias primas en su elaboración.

Este año se ha terminado la implantación de la recogida de firma en soporte electrónico en los supermercados e hipermercados, con un ahorro total de más de 27 millones de talones de venta, lo que equivale a 63 Tm de CO₂ no emitidas.

Desde un punto de vista cualitativo se ha introducido el uso del papel certificado FSC en catálogos, documentos “Carta de compra” y diversos modelos de bolsas de papel. Dicha certificación garantiza que el papel utilizado para elaborar esos productos procede de bosques responsablemente gestionados.

Las perchas de plástico constituyen otro residuo importante en nuestra actividad. Para su correcta gestión se entregan a una empresa externa, que en el año 2008 ha logrado recuperar más de cinco millones de perchas que han vuelto a nuestros centros comerciales. También se recuperan y valorizan los materiales de aquellas que han agotado su vida útil.



Detalle de paneles fotovoltaicos del centro comercial El Corte Inglés de Albacete.

Energía

En nuestro avance hacia la eficiencia energética hemos trabajado en varios escenarios:

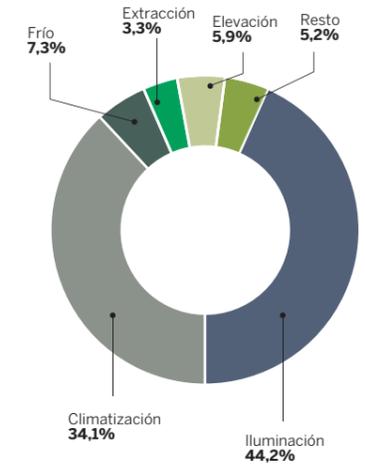
- Calidad constructiva de los nuevos edificios
En las últimas construcciones se ha cuidado especialmente la selección de materiales para las fachadas y la envolvente térmica, así como la utilización de avances en el campo de iluminación interior y de producción de energía fotovoltaica de última generación. El centro comercial de El Corte Inglés Albacete, inaugurado en abril de 2008, cuenta con un sistema de generación de energía fotovoltaica, además de otra serie de avances tecnológicos que permiten optimizar los recursos energéticos.

Como ejemplo de lo indicado podemos citar también la torre que sustituirá al antiguo edificio Windsor en el centro comercial de El Corte Inglés Castellana, en Madrid. Este edificio incorporará las últimas técnicas y tecnologías para dotar a las instalaciones de aquellos sistemas que permitan una mayor eficiencia energética y un mayor respeto con el entorno.

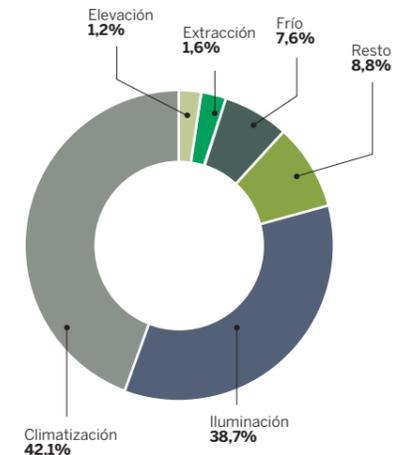
Por otra parte, en las distintas empresas del Grupo, se están realizando numerosas pruebas de nuevas tecnologías orientadas a la mejora en la eficiencia energética. Un centro prototipo, enmarcado dentro del Plan Director de Ahorro Energético de Opencor, es la construcción del centro Campolivar (Valencia), del que se extrapolan experiencias a implantar en el resto de centros. Cuenta, entre otras, con instalaciones solares fotovoltaicas, sistema de gestión autónoma programable, que permite el control mediante un sistema remoto de las instalaciones de iluminación, climatización y frío alimentario.

- Medidas de ahorro energético en centros comerciales
La distribución del consumo eléctrico en un centro comercial varía según se trate de centros de construcción horizontal o vertical:

CENTRO DE CONSTRUCCIÓN HORIZONTAL



CENTRO DE CONSTRUCCIÓN VERTICAL



La iluminación, climatización y frío comercial suponen más del 85% del total de la energía consumida en nuestros centros, por lo que es en ellos donde centramos nuestros esfuerzos con medidas de diverso tipo:

- Progresiva sustitución de lámparas convencionales por otras de alto rendimiento hasta lograr la total sustitución.
- Gestión de la apertura de las plantas de los aparcamientos según afluencia.
- Normas operativas de ajuste de temperaturas en los centros (mínimo para aire acondicionado 25° C, máximo para calefacción 22° C).
- Aprovechamiento térmico del calor derivado de la condensación del frío comercial para el precalentamiento de agua caliente sanitaria o de calefacción.
- Instalación en los supermercados de murales cerrados y muebles en isla, que reducen hasta un 60% el consumo energético.
- Instalación de variadores de frecuencia tanto en los equipos de frío comercial como en los grupos de presión de agua, obteniendo una notable disminución del consumo energético.

Gracias a estas y otras iniciativas planteadas, nuestros centros comerciales han obtenido una disminución de un 6% en el consumo eléctrico con respecto al ejercicio anterior. Como objetivo para el próximo ejercicio planteamos una reducción adicional del 5%.

Nuestros centros comerciales han obtenido una disminución de un 6% en el consumo eléctrico con respecto al ejercicio anterior

Agua

Dentro de la política de consumo responsable de los recursos, se han puesto en marcha una serie de iniciativas relacionadas con el agua.

- **Acciones de reducción**
En relación con los circuitos de refrigeración, se ha emprendido el proyecto “purga cero”, con el fin de reducir las pérdidas de agua a la simple evaporación.
- **Acciones de control**
Se ha establecido un sistema de auditorías de consumo de agua por centro y área de negocio. El grupo de trabajo recopila los datos a estudiar para analizar las causas en caso de desviaciones y plantear las acciones correctoras necesarias.

Estas acciones de ahorro y control se han transformado en reducciones de consumo de agua superiores al 10%.

Emisiones

Una de nuestras principales preocupaciones ambientales es el consumo energético y las emisiones de gases de efecto invernadero.

En el ejercicio 2008 continúa la medición global de nuestras emisiones de gases de efecto invernadero, tanto directas como indirectas, para lo cual hemos seguido los criterios del GHG Protocol.

El objetivo es reducir nuestra huella de carbono, para lo que estamos trabajando en una serie de acciones, entre las que destacan:

- Sustitución de combustibles de instalaciones por gas natural.
- Contención de consumos eléctricos y potenciación de energías renovables.
- Mayor utilización de los sistemas de videoconferencia y/o multiconferencia.
- Mejoras logísticas de distribución.

Como miembros del Foro pro clima Madrid, impulsado por el Ayuntamiento de Madrid, se ha firmado un compromiso de renovación del 6% de nuestra flota de vehículos por otros menos contaminantes, antes de 2012.

Residuos

Nuestro objetivo es lograr el más alto nivel de segregación y valorización, tanto en los residuos procedentes de la propia actividad, como de nuestros clientes.

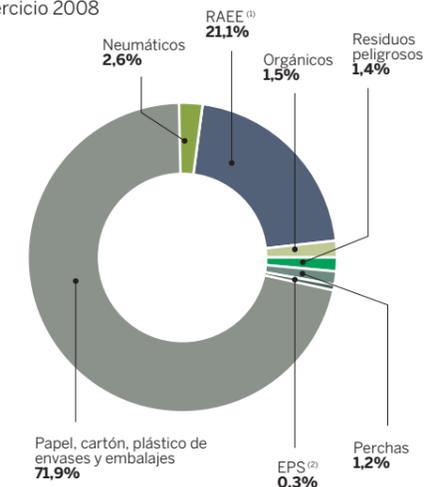
En este ejercicio iniciamos un proyecto de colaboración con el Sistema Integrado de Gestión ECOTIC, instalando en centros de Madrid y Sevilla contenedores para que los clientes puedan depositar pequeños aparatos electrodomésticos al final de su vida útil.

También estamos realizando pruebas de recogida de lámparas usadas con el Sistema Integrado de Gestión AMBILAMP.

Todos nuestros residuos son valorizados por diferentes métodos y gestores; en el gráfico adjunto se puede observar que la fracción más importante es, como cada ejercicio, la correspondiente a papel, cartón y plástico procedente de embalajes. Prácticamente el 100% de este residuo cierra el ciclo de reciclado, pues el material recogido se destina a la fabricación de nuestras cajas de cartón.

RESIDUOS PRODUCIDOS

En el ejercicio 2008



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

(2) EPS: Embalajes de poliestireno expandido.

Integración en la sociedad

Productos

En la actualidad contamos con una amplia variedad de productos procedentes de agricultura ecológica en nuestros centros, superando los 1.100 artículos. En los catálogos promocionales del supermercado se reserva siempre un espacio destinado a la difusión de estos productos, con edición de catálogos monográficos específicos.

Como novedad, durante el presente ejercicio se ha inaugurado en el centro comercial de Sanchinarro, en Madrid, un área de 200 metros cuadrados dedicada exclusivamente a Productos Ecológicos de Alimentación.

Con respecto a los aparatos eléctricos, electrónicos y de iluminación aumenta la presencia en el ejercicio 2008 de artículos de alto rendimiento energético. Además se han realizado promociones de lámparas de ahorro energético para la venta, a través de exposiciones en lineales de caja, información en catálogos...

Como todos los años, hemos colaborado con las diferentes comunidades autónomas en la realización de los Planes Renove de Electrodomésticos.



Cultivo ecológico.

Otras actuaciones

En la vía de establecer acuerdos de colaboración para el desarrollo sostenible, iniciada el año pasado con diversas administraciones, este año se han ratificado los siguientes:

- El acuerdo voluntario ambiental con la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio de la Comunidad de Madrid, para incentivar las inversiones en la mejora de la gestión medioambiental.
- El acuerdo para la inversión destinada a la protección del medio ambiente en la Comunidad Autónoma de Extremadura.

Por otra parte, en virtud del acuerdo firmado entre el Grupo El Corte Inglés y el IDAE (Instituto para la Diversificación y Ahorro Energético), en el ejercicio 2008 se han utilizado en las cafeterías de nuestros centros comerciales manteles de papel que, bajo el título genérico "Combatir el cambio climático es cosa de todos", incluyen consejos útiles sobre medidas de ahorro energético que los clientes pueden adoptar en su vida cotidiana.

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

Cada uno de nuestros centros comerciales es una célula que se integra en el tejido social circundante compartiendo las inquietudes de los ciudadanos y conociendo sus deseos y preocupaciones con el fin de poder satisfacer esas necesidades.

Esta relación con el entorno social abarca también la relación con los proveedores instalados en la zona y la posibilidad de incorporar a ese centro concreto aquellos productos locales que sean demandados por el cliente.

Dentro de esa política de integración y de adaptación continua a las nuevas demandas y necesidades de la sociedad, se enmarcan las medidas medioambientales que incorporan los nuevos edificios del Grupo y los acuerdos que a nivel regional y local ha formalizado con los organismos públicos correspondientes.

Colaboración institucional

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

Procuramos, asimismo, mantener una relación cordial con nuestros competidores. Además de estar integrados en las distintas Organizaciones Empresariales y Cámaras de Comercio e Industria, también formamos parte de otras patronales sectoriales, así como de diversas organizaciones y asociaciones regionales y locales.

A nivel internacional, el Grupo El Corte Inglés está adscrito, entre otras organizaciones a la Cámara de Comercio Internacional, la *European Retail Round Table*, la *International Association of Department Stores (IADS)* y la Asociación Internacional de Agencias de Viajes (RADIUS).

Además, como empresa responsable, El Corte Inglés se suma a aquellas iniciativas nacionales e internacionales así como a los acuerdos sectoriales que pretenden avanzar en el camino de la sostenibilidad o la excelencia. En este contexto se enmarca nuestra adhesión al Foro promovido por la Comisión Europea y la *European Retail Round Table* en marzo de 2009 para impulsar la sostenibilidad y fomentar el consumo responsable entre los clientes.

Vinculación con la sociedad

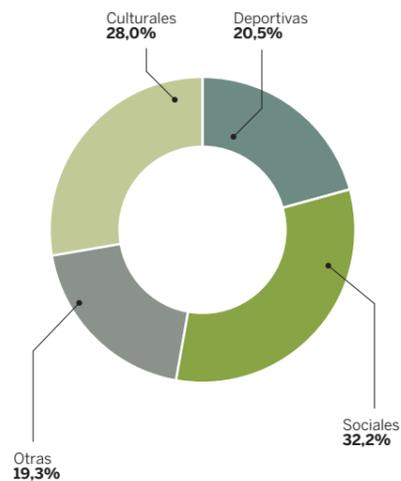
Nuestra política de cercanía y vinculación con la sociedad se canaliza a través de la colaboración que mantenemos con diferentes tipos de entidades y asociaciones, entre las que se encuentran organizaciones de consumidores con quienes intercambiamos información con el objetivo de mejorar nuestros compromisos de calidad y servicio al cliente.

También colaboramos con numerosas ONG y con instituciones públicas y privadas de muy distinta índole. Somos socios, por ejemplo, de la Fundación Empresa y Sociedad que trabaja para promover la plena integración social de las personas desfavorecidas (inmigrantes, personas con discapacidad, mayores, etc.), y mantenemos un acuerdo con la Fundación ONCE para, a través del programa Inserta, incorporar a nuestra plantilla a personas con discapacidad.

En conjunto, El Corte Inglés propicia más de 4.000 acciones que se adecuan a las necesidades del entorno en el que se desarrollan y que abarcan todo tipo de programas y actividades de carácter social, cultural, educativo y deportivo.

DISTRIBUCIÓN DE ACTIVIDADES

En las que ha participado El Corte Inglés



Dentro de esta gran cantidad de actividades en las que participamos, destacan algunos acuerdos de colaboración de gran trascendencia como el firmado con Madrid 2016, para promover la candidatura de Madrid como ciudad olímpica, o el que nos convierte en patrocinador de la candidatura de Tarragona como organizadora de los Juegos del Mediterráneo de 2017.

También destacan los acuerdos que El Corte Inglés mantiene desde hace años con instituciones tan relevantes como el Museo del Prado en Madrid, el Gran Teatre del Liceu y el Palau de la Música Catalana, en Barcelona, el Museo de Bellas Artes de Bilbao, o la Casa-Museu Anastácio Gonçalves en Portugal, con acciones de mecenazgo que se prolongan en el tiempo.

Asimismo, participamos en otro tipo de eventos que interesan a la sociedad como el festival Rock in Río que se celebró entre junio y julio de 2008 en Madrid bajo un prisma de respeto al medio ambiente. Considerado como el mayor festival de música moderna con una asistencia de más de 290.000 personas, El Corte Inglés contó con espacios reservados para mostrar tanto su interés por el medio ambiente, como una propuesta de moda vinculada al espíritu solidario e inquieto que dominaba entre la juventud que asistió a los conciertos.

Y con un marcado carácter de vinculación con la sociedad se realizan también otras actividades más locales y cercanas al entorno.

MÁS DE
4.000

ACTIVIDADES PROPICIADAS
cada año por El Corte Inglés

Acción social

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

Algunas de estas iniciativas tienen carácter nacional como la que se mantiene desde hace una década con la Fundación IUVE, una organización que pretende promover la cultura de la solidaridad y atender a los más necesitados. Con ellos participamos de forma desinteresada en el programa "Un kilo de ayuda", por el cual todos los supermercados de El Corte Inglés, Hipercor, Supercor y Opencor ofrecen a sus clientes tarjetas de 1, 3 y 5 euros, cuyo importe se destina a proyectos de alimentación, educación, vivienda o ayuda humanitaria de emergencia.

También organizamos, en colaboración con la Fundación Lealtad, la Semana de la Solidaridad en la que pueden participar todas las ONG incluidas en la Guía de la Transparencia. Ya dentro del año 2009, en el mes de mayo se celebró el Concurso Fotográfico *on-line*, que contó con la participación de 36 ONG que presentaron sus fotografías bajo el lema "Gracias a ti...". El Corte Inglés concedió premios a las fotos más votadas por los internautas, cuyo importe se destina a proyectos concretos de las organizaciones ganadoras.

Pero además de estas acciones amplias y que abarcan a toda la organización, también llevamos a cabo otras muchas ceñidas a un ámbito de actuación más concreto, como es el caso de aquellas iniciativas vinculadas al deporte y la discapacidad. En este sentido, colaboramos con varias organizaciones para financiar actividades de este tipo adaptadas a personas con discapacidad (esquí, piragüismo, atletismo, etc.) con el objetivo de fomentar valores como la integración y la superación personal.

De igual manera prestamos atención a los problemas e inquietudes de la mujer y por ello tomamos parte en numerosas actividades relacionadas con temas de igualdad. En este sentido, hemos organizado y participado en diversas jornadas y congresos que analizan el papel de la mujer en la ciencia, la política o la empresa, y que pretenden fomentar la igualdad entre hombres y mujeres en todos los órdenes sociales. También hemos patrocinado varias Carreras de la Mujer en diversas localidades donde está implantado El Corte Inglés, y nos sumamos al Día Internacional contra la Violencia de Género con varias actuaciones.

En el caso de iniciativas vinculadas al deporte y la discapacidad, el objetivo es fomentar valores como la integración y la superación personal



Torneo adaptado a deportistas con discapacidad.



Una de las Carreras de la Mujer patrocinada por El Corte Inglés.

Ayuda al desarrollo

Conscientes de la importancia que tiene la ayuda al desarrollo, hemos intentado propiciar diversas iniciativas y proyectos con organizaciones con las que mantenemos relación desde hace tiempo, como Aldeas Infantiles, Cáritas, Cruz Roja o la Asociación Española contra el Cáncer. También colaboramos con otras organizaciones que desarrollan gran parte de su trabajo en países desfavorecidos, ayudando, por ejemplo, a la vacunación, desparasitación y formación sanitaria de la población de Lamu, en Kenia, en un proyecto que lleva a cabo el Hospital Pediátrico Pablo Horstmann.

Asimismo, apoyamos proyectos educativos como los que desarrollan Save the Children o UNICEF, dos organizaciones con las que hemos colaborado donando becas escolares a niños de países desfavorecidos. La iniciativa, vinculada a un proyecto lúdico de actividades infantiles en Madrid, permitió que Save the Children escolarizara a 250 niños de Congo y Costa de Marfil durante un año, y que UNICEF reforzara un proyecto educativo en Etiopía.



El Corte Inglés colabora en programas educativos en países desfavorecidos.

Cultura

El Corte Inglés ha fomentado desde sus orígenes todas aquellas manifestaciones relacionadas con la cultura. Iniciativas ligadas con la literatura, la fotografía, el teatro, el cine, el arte, o la historia forman parte de nuestro porfolio de actividades. En este contexto se encuentran, por ejemplo, los diversos certámenes de pintura rápida que patrocinamos en varias localidades donde estamos implantados, los numerosos concursos y exposiciones artísticas que apoyamos, o nuestra participación en ARCO, la Feria de Arte Contemporáneo, a través de una serie de obras pensadas y diseñadas por autores de renombre para ser expuestas en los escaparates de El Corte Inglés. En la edición de febrero de 2009, Fernando Sinaga, Susana Solano y Gustavo Torner realizaron tres propuestas artísticas vinculadas a la escultura.

El objetivo de todo ello es acercar el arte contemporáneo a la calle y fomentar la divulgación de las artes plásticas, al mismo tiempo que se apoya el trabajo realizado por artistas destacados.

También apoyamos la música en sus múltiples facetas a través, por ejemplo, de acuerdos como el que mantenemos con la Fundación Teatro Real para respaldar el Programa Joven destinado a los niños, o con el Festival Internacional de Santander, convertido ya en un referente de la música, la danza y demás artes escénicas.

Iniciativas relacionadas con la literatura, la fotografía, el teatro, el cine, el arte, la música o la historia forman parte de nuestro porfolio de actividades

Además de todo este tipo de acciones, El Corte Inglés también intenta aprovechar sus centros comerciales para desarrollar otra serie de actividades como presentaciones de libros, conferencias, seminarios, talleres, etc. Todas estas iniciativas se canalizan a través de Ámbito Cultural de El Corte Inglés, una plataforma cuyo objetivo principal es el fomento de la cultura. Para ello se vale de diversos premios literarios: Llanes de Viajes, Novela por Entregas, Espiral Mayor de Poesía, Premio Algaba de Biografías, Finisterrae de Ensayo y Torremozas de Poesía escrita por mujeres.

Pero quizá una de las señas de identidad de Ámbito Cultural en el apartado literario es el Premio Primavera de Novela, uno de los más importantes del panorama lingüístico español que, en su edición de 2009, tuvo como ganador a Luis Sepúlveda por su obra "La sombra de lo que fuimos", y a José María Beneyto como finalista con "Los elementos del mundo".

El Premio Manuel Ausensi para voces líricas centra el apartado musical de Ámbito Cultural que también auspicia exposiciones pictóricas, fotográficas, etc., que tienen su reflejo en la página web www.ambitocultural.es, un friso abierto a la cultura desde la red que cuenta con 50.000 visitas semanales.



Escaparates de la exposición "Objeto-sin-objeto" en El Corte Inglés de Preciados, en Madrid, con obra de Fernando Sinaga.

Educación

La educación y la enseñanza constituyen las bases del desarrollo futuro de una sociedad y un país, por eso creemos que deben ser objeto de atención prioritaria y mantenida a lo largo del tiempo. Además, consideramos que la enseñanza debe estar al alcance de todos, desde los más pequeños hasta los de más avanzada edad. Por eso apoyamos a la Universidad Abierta para Mayores en programas de formación para personas de más edad o jubiladas que deciden cursar estudios en la Universidad, y apoyamos también proyectos de investigación para jóvenes escolares a través de concursos y certámenes de diversa índole como, por ejemplo, el Premio Luis Freire de Investigación Científica.

Entre nuestras actividades relacionadas con la educación contamos, asimismo, con varias iniciativas vinculadas al Tráfico y la Seguridad Vial cuyo objetivo es fomentar la responsabilidad y educar a los más jóvenes en las normas viarias.

Pensando en los más pequeños, apoyamos diversas acciones destinadas a estimular el conocimiento en distintas áreas, y somos empresa patrocinadora de Micropolix, un centro de ocio educativo que abrió sus puertas en diciembre de 2008 en la localidad madrileña de San Sebastián de los Reyes.

La educación y la enseñanza constituyen las bases del desarrollo futuro de una sociedad y un país, por eso creemos que deben ser objeto de atención prioritaria y mantenida a lo largo del tiempo

Deporte

El deporte propicia la relación y la convivencia entre las personas, el trabajo en equipo y otra serie de valores como el espíritu de superación personal, por eso buena parte de nuestras actividades están orientadas hacia el deporte. De hecho, somos empresa patrocinadora de los programas Apoyo al Deporte Olímpico (ADO) y Paralímpico (ADOP).

También organizamos actividades propias relacionadas con el deporte como el Torneo Social de Golf El Corte Inglés, que se celebra en todo el territorio nacional y que cuenta con una larga trayectoria, o la célebre Cursa El Corte Inglés que cada año congrega en Barcelona a miles de personas, habiéndose convertido en la carrera popular más importante de Europa. Su relevancia social la ha hecho merecedora, en mayo de 2009, de la Medalla de Oro al Mérito Deportivo que otorga el Ayuntamiento de Barcelona.



Regata Rías Altas.

Pero no es la única carrera popular que organizamos; en gran parte de las localidades en las que estamos implantados patrocinamos eventos de este tipo cuyo objetivo es fomentar el deporte tanto entre los adultos como entre los niños. El Día de la Bicicleta es otra de las citas clásicas que se celebran con nuestro apoyo en buen número de ciudades donde está El Corte Inglés.

Otro tipo de deportes, como el ajedrez que se practica por personas de todas las edades, cuentan también con nuestro respaldo en los torneos que se organizan en varias comunidades autónomas.

A todo ello hay que añadir aquellos deportes más arraigados a tradiciones locales entre los que se encuentran las diversas regatas que se organizan en zonas costeras, los campeonatos de pelota vasca, la galotxa valenciana o el Rally de Canarias, entre otros muchos.

Medio ambiente

Por nuestra política de compromiso con el entorno y de respeto y preservación del medio ambiente, las acciones relacionadas con estos temas cuentan cada vez con una mayor atención y respaldo. En este sentido, colaboramos con diversas organizaciones en el desarrollo de actividades que intentan promover la sensibilización medioambiental y trabajan a favor del desarrollo sostenible.

Auspiciamos proyectos que fomentan el debate y la reflexión sobre los residuos, el agua y el entorno natural, así como programas que incentivan la concienciación ciudadana sobre aspectos relevantes relacionados con el medio ambiente. Para ello mantenemos abiertas líneas de colaboración tanto con ayuntamientos y corporaciones locales como con agrupaciones ecologistas.

Auspiciamos proyectos que fomentan el debate y la reflexión sobre los residuos, el agua y el entorno natural



Fundación Ramón Areces

La Fundación Ramón Areces, institución privada, sin ánimo de lucro, creada en 1976 con el objetivo amplio de fomentar la investigación científica y técnica en España, así como la educación y la cultura en general, desarrolla su actividad en todo el territorio nacional en los ámbitos de las ciencias de la vida y de la materia, las ciencias sociales y las humanidades.

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

En el ámbito de la investigación científica y técnica, la Fundación financió en el ejercicio 2008 un total de 37 proyectos de investigación, habiendo convocado nuevas ayudas mediante Concurso Nacional para financiar proyectos sobre biohidrógeno, enfermedades raras y



emergentes, epigenética, nuevos materiales biocompatibles, acuicultura y biotecnología para la alimentación funcional.

En el ámbito de la investigación de las ciencias sociales, se adjudicaron ayudas a ocho nuevos proyectos realizados por jóvenes investigadores menores de 40 años, en los campos de Macroeconomía; Economía internacional, en particular el tema “España y el futuro de la Unión Europea”; Economía Pública; Economía de la Salud; Economía Laboral y Economía Industrial y Regulación. Actualmente la Institución está financiando 24 proyectos en esta área del conocimiento.

La formación de capital humano es el capítulo al que anualmente la Institución dedica mayores recursos directos mediante el programa de becas para la ampliación de estudios en universidades y centros de investigación de gran prestigio en el extranjero, en el campo de las ciencias de la vida y de la materia, la Economía y el Derecho de la Unión Europea. En el 2008 se presentaron a estas convocatorias numerosas solicitudes procedentes de universidades de todo el territorio nacional. Al cierre de 2008 la Fundación contaba con 77 becarios en el extranjero.

Dentro de sus programas de divulgación del conocimiento, en 2008 la Institución organizó un total de 33 actos en las áreas de las ciencias de la vida y la materia, ciencias sociales y humanidades, que se desarrollaron en Madrid, Salamanca, Pamplona, Alicante, Málaga, Badajoz, San Sebastián, Palma de Mallorca y Santiago de Compostela.

En el año 2008, la Fundación firmó convenios de colaboración con las siguientes instituciones:

- Centro de Investigación en Salud Internacional de Barcelona (CRESIB), para impulsar una nueva línea de investigación en la lucha contra la malaria.
- Fundación General de la Universidad Autónoma de Madrid para la creación de tres nuevos másteres en Biociencias.
- Fundación ONUART para contribuir al Proyecto cultural de recuperación y reforma de la Sala XX del Palacio de las Naciones de Ginebra.
- Universidad Politécnica de Valencia para el desarrollo de la denominada “Química verde”.
- Centro del Cáncer de Salamanca para el diseño de fármacos antitumorales.
- Nature Publishing Group, para la organización conjunta de un Ciclo de Conferencias y Debates en Ciencias sobre cuestiones de interés científico y social.

Cabe destacar que el pasado año la Fundación procedió a la creación de la “Cátedra Extraordinaria Fundación Ramón Areces - Universidad de Oviedo de Distribución Comercial”, y que nace con la vocación de convertirse en un centro de excelencia nacional e internacional en los ámbitos de la investigación, la docencia y la divulgación.



Sede de la Fundación Ramón Areces, C/ Vitruvio, 5 (Madrid).

Aportación a la Renta Nacional

Aportación a la Renta Nacional

En el ejercicio 2008, la aportación a la Renta Nacional por el Grupo de empresas El Corte Inglés fue de 3.958,57 millones de euros y su composición fue la siguiente:

CONCEPTO	MILLONES DE EUROS	%
Participación del personal	2.532,21	64,0
Remuneraciones	1.792,97	
Cargas sociales	739,24	
Participación de la empresa	528,50	13,3
Participación de los accionistas	23,29	0,6
Participación del Estado, Comunidades Autónomas y Corporaciones Locales	874,57	22,1
TOTAL	3.958,57	100,0

APORTACIÓN A LA RENTA NACIONAL

En el ejercicio 2008

