



**Informe de evolución para el  
Pacto Mundial de las Naciones Unidas**

*Valladolid, 29 de noviembre de 2006*

Tras la adhesión, en 2004, de Grupo El Árbol Supermercados al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, a iniciativa del Consejo de Administración y del Equipo Directivo de la Compañía se constituyó el Comité de RSC, en febrero de 2005, con el objetivo de desarrollar e integrar la Responsabilidad Social Corporativa dentro de la propia vida de la Sociedad.

Desde entonces, este Comité ha llevado a cabo un diseño estratégico de la RSC en el Grupo, de forma que, tomando en consideración los objetivos generales de la compañía, ha desarrollado un exhaustivo análisis desde la perspectiva tanto interna como externa. A raíz de las conclusiones obtenidas de este análisis, se ha concretado el desarrollo estratégico de la Responsabilidad Social Corporativa, para el cumplimiento de los objetivos fijados a corto y medio plazo.

En Supermercados El Árbol somos conscientes de que una auténtica responsabilidad exige sistematización y desarrollo de las políticas de RSC, de forma que la búsqueda de beneficios en la triple cuenta de resultados (económicos, sociales y medioambientales) sea ordenada y constante. Además, la compañía debe llegar a considerar la Responsabilidad Social Corporativa como un instrumento más de gestión, plenamente integrada en su propia actividad. Por ello, otro de los focos de atención se ha centrado en la racionalización de la implantación de la RSC, tomando como herramientas el análisis de riesgos y oportunidades, el desarrollo de protocolos y procedimientos internos, y el establecimiento de mecanismos de control.

Pero la RSC tiene una vertiente individual o personal que no podemos olvidar. Una empresa no se hace responsable mediante la ejecución de una serie de actividades teledirigidas, sino que sólo a través de la “responsabilidad individual” podemos llegar a conseguir una compañía socialmente responsable. En este sentido, se ha diseñado una línea estratégica de comunicación interna, con el objetivo de informar sobre la importancia de la responsabilidad social corporativa, y tomar conciencia de la necesidad de la colaboración de cada persona individual para lograr objetivos comunes.

La determinación de nuestros objetivos, en relación con los *stakeholders*, ha venido condicionada por las propias características de la compañía, dedicada básicamente al comercio al por menor de alimentos y productos del hogar en comercios tipo supermercados, con 404 centros de negocio, 5.600 empleados, y con una cifra de clientes aproximada de un millón de familias, lo que hace de clientes y trabajadores nuestro principal centro de atención. Todo ello sin perder de vista las relaciones que el Grupo mantiene con el resto de su amplio entorno, compuesto esencialmente por proveedores, administraciones públicas, entidades financieras, accionistas, medio ambiente, etc.

### **Primeros proyectos en marcha**

En base a todo lo anterior, Supermercados El Árbol ha puesto en funcionamiento los siguientes proyectos en materia de RSC:

1º.- Incorporación de una estructura organizativa que permitirá el desarrollo de la RSC y su permeabilidad a todo el Grupo.

2º.- Diseño de un plan estratégico de implantación, dentro del cual se han resaltado unas acciones que la empresa desarrolla y que se podría calificar como buenas prácticas en materia de RSC.

### **Objetivos cumplidos en materia de RSC**

Gracias al desarrollo del plan estratégico y tras una primera evaluación, Grupo El Árbol Supermercados ha alcanzado los siguientes objetivos:

- Puesta en marcha de acciones tendentes a incentivar la reducción del consumo de papel y cartón, y al reciclaje del consumido, que en el año 2005 ascendió a 3,5 Tn. Gracias a ellas se ha evitado la utilización de 290.000 cajas de poliuretano (no reciclables) y tres millones de cajas de otros materiales, todo ello mediante el empleo de materiales reutilizables.
- Colaboración activa en el desarrollo de iniciativas como la campaña “Cinco al día”, que promueve hábitos de consumo saludables; o en algunas promovidas por la FACE para procurar una adecuada oferta de alimentos sin gluten para celíacos.
- Elaboración de una encuesta sobre clima laboral.
- Participación en diversas iniciativas de carácter medioambiental y cultural, destacando los convenios de colaboración con la Fundación Cristobal Gabarrón, la Asociación de Amigos del Museo del Patio Herreriano, campañas de recogida y replantación de árboles de navidad, etc.
- Aportaciones y colaboraciones de diferente naturaleza, en apoyo de colectivos desfavorecidos (Aspaym, Banco de Alimentos, etc.), y diferentes campañas (“Un juguete, una ilusión”, Área de la Naturaleza, etc.).