



---

CAPÍTULO  
DE RESPONSABILIDAD  
SOCIAL CORPORATIVA  
EN EL INFORME  
ANUAL 2006

---



---

El Corte Inglés de Vila Nova de Gaia (Portugal)



---

**RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**

El Corte Inglés ha mantenido desde sus orígenes una política de vinculación con la sociedad y con sus empleados, así como un continuo interés por adaptarse a las necesidades de su entorno, tanto económicas, como sociales y medioambientales. En este sentido, ha asumido desde el principio su compromiso como empresa socialmente responsable procurando una relación constante y fluida con todos los grupos de interés con los que tiene conexión: clientes, empleados, proveedores, competidores, organizaciones sociales, instituciones públicas y privadas, y sociedad en general.

Cada uno de estos colectivos recibe por parte de las empresas que integran el Grupo El Corte Inglés un tratamiento específico y orientado a sus propósitos y necesidades. Los clientes que adquieren productos y servicios en nuestros establecimientos constituyen el eje de nuestro negocio y hacia ellos se dirigen gran parte de los esfuerzos de la organización.

El Corte Inglés cree que las personas que integran su plantilla son el activo más valioso que posee

y por ello su política de recursos humanos está dirigida a potenciar sus capacidades y habilidades, así como a recompensar los esfuerzos que todos estos profesionales realizan para cumplir con las expectativas de la compañía y del consumidor.

Atendiendo a los principios básicos de un modelo de gestión responsable, El Corte Inglés mantiene su objetivo de maximizar su beneficio procurando un crecimiento continuado tanto en ventas como en resultados dentro de un marco de ética empresarial. En este sentido, El Corte Inglés centra sus esfuerzos en conseguir ese fin sin olvidar sus compromisos sociales y medioambientales.

Los proveedores son uno de los puntales de nuestra organización, de ahí que se propicie una relación basada en la confianza mutua, la lealtad y la búsqueda de la excelencia del producto. El Grupo ha establecido fórmulas de colaboración con los suministradores para fomentar acuerdos comerciales duraderos y fructíferos para ambas partes.

Nuestro espíritu de colaboración también se extiende a



nuestros competidores con los que mantenemos cordiales relaciones a través de patronales y asociaciones sectoriales.

Dentro del marco de la responsabilidad social corporativa, una de las prioridades la constituyen los agentes y organizaciones sociales. El Corte Inglés está integrado en las principales organizaciones empresariales nacionales pero también tiene relación con los sindicatos, representantes de los consumidores, los medios de comunicación y numerosas ONG con las que colabora en diversos ámbitos de actuación. A nivel internacional, el Grupo participa activamente en organismos como la *International Association of Department Stores* y la *National Retail Federation*, entre otros.

La implantación del Grupo en la sociedad nos lleva a mantener una continua relación con las administraciones e instituciones públicas, con quienes se han firmado acuerdos de diversa índole que van desde aquellos de carácter laboral a otros de corte social. Todo ello es muestra del empeño que tenemos por formar parte y es-

trechar lazos con la sociedad en la que estamos inmersos, un interés que nos lleva a colaborar y participar en numerosas actividades de carácter cultural, deportivo, lúdico y social.

Además, y como parte de esta política de adaptación a las nuevas exigencias del mercado y de la sociedad, el Grupo El Corte Inglés está adherido al Pacto Mundial de Naciones Unidas, lo que supone asumir como propios los principios de respeto a los derechos humanos, laborales y medioambientales que integran este código ético internacional.

# LOS CLIENTES

## EL CLIENTE: NUESTRO OBJETIVO

El Grupo El Corte Inglés centra su política comercial en primar la calidad, la atención y el servicio al cliente. Todas las acciones y el trabajo que se desarrollan desde la compañía están dirigidas a la satisfacción al cliente, nuestro principal objetivo.

La implantación de la empresa en la sociedad, así como la

diversidad de formatos y la adecuación a las nuevas necesidades y demandas del mercado, han permitido que nuestras tiendas acojan a más de 627 millones de visitantes al año, el 81% de los cuales se concentran en los establecimientos de El Corte Inglés y de Hipercor.

## CALIDAD Y SERVICIO

La filosofía empresarial de El Corte Inglés se basa en cinco compromisos con el cliente:

**Calidad máxima:** Un concepto que abarca todo el proceso de la actividad comercial, desde el producto en sí hasta la presentación y exposición del mismo, y las instalaciones del establecimiento.

**Servicio:** Toda la organización está orientada para dar el mejor servicio al cliente con una atención personalizada y adaptada a las necesidades del interlocutor. El cliente goza de plena libertad en el establecimiento, con acceso directo a la mercancía y la seguridad de que puede ser atendido por un profesional en el momento que lo requiera.





**Surtido:** La compañía pretende ofrecer una gama de productos amplia y variada, capaz de satisfacer a todo tipo de clientes. La moda es uno de los elementos fundamentales para el Grupo.

**Especialización:** La oferta comercial está segmentada por categorías con el propósito de alcanzar la mayor especialización posible. Este mismo concepto se traslada a nuestro personal, con profesionales formados en cada una de las áreas que existen en el centro.

**Garantía:** Es un hecho tan visible que forma parte de nuestra carta de presentación: "Si no queda satisfecho, le devolvemos su dinero".

Además de estos cinco pilares, el Grupo asume, como parte de su responsabilidad corporativa, la adecuación a las nuevas necesidades y tendencias del mercado, tanto en el plano comercial, con diseños y modelos acordes a las demandas sociales, como en el plano de la decoración y del interiorismo, con ambientes lo más cómodos y agradables posibles. En este sentido, los diseños arquitectónicos han evolucionado hacia formas más modernas, con más espacios abiertos, una iluminación natural y confortable, y unos sistemas inteligentes de temperatura y megafonía.

La comunicación con los clientes se cuida con esmero poniendo a su disposición toda una serie de servicios que van desde el asesor de imagen (*personal shopper*) hasta los intérpretes, la carta de compras, los seguros gratuitos temporales en la adquisición de determinados artículos o la retirada de muebles o electrodomésticos al adquirir uno nuevo.

El Corte Inglés está abierto a las sugerencias, preguntas y reclamaciones tanto a través del Servicio de Atención al Cliente que recibe más de 3,3 millones de llamadas telefónicas al año, como a través de los puntos específicos ubicados en los centros comerciales cuyo volumen de afluencia supera los 8 millones de contactos al año. Nuestros profesionales, por su parte, realizan más de 15,5 millones de llamadas y 10 millones de mensajes SMS para atender adecuadamente a los clientes.

Toda esta serie de compromisos y garantías ha permitido al Grupo ganarse la confianza de sus clientes y alcanzar los casi 10 millones de usuarios de tarjeta de compra El Corte Inglés.

Esta confianza que nos conceden los clientes se ve refrendada por una excelente imagen y valoración social. Asimismo, su nivel de fidelidad es muy elevado, ya que más de la mitad nos visitan como mínimo una vez a la semana.

Nuestros centros comerciales poseen un gran poder de atracción en una amplia zona de influencia, como demuestra el hecho de que uno de cada tres clientes resida fuera del propio municipio de ubicación del establecimiento y, prácticamente, dos de cada tres posea nuestra tarjeta de compra.

Los clientes disponen cada día de mayor información, son conocedores de sus derechos y se han vuelto más exigentes por lo que demandan un servicio cada vez más esmerado.

## SEGURIDAD DEL PRODUCTO

Uno de los puntos claves sobre los que se sustenta la responsabilidad de una compañía de distribución líder es la seguridad y garantía del producto. En este sentido, El Corte Inglés ha mantenido

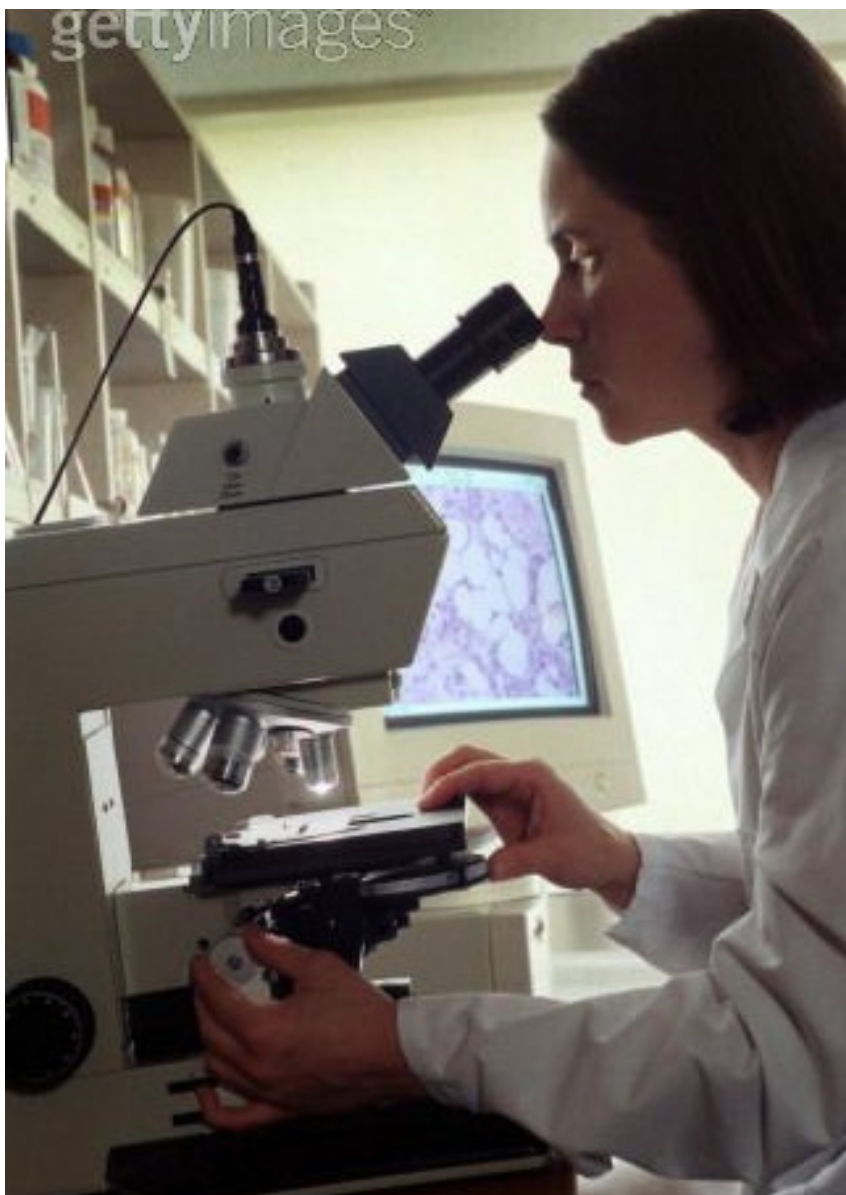


siempre como objetivo ir más allá del cumplimiento de las exigencias legales.

En alimentación, la seguridad de los productos que se comercializan en nuestras empresas está contrastada con los estándares más exigentes en materia higiénico-sanitaria. Esto es posible gracias a la estrecha colaboración que se mantiene con nuestros proveedores y a los continuos controles y trazabilidad de los productos, lo que permite el seguimiento de cada eslabón de la cadena, desde la materia prima en sus diversas fases hasta la manipulación, preparación, presentación, etiquetado y transporte de la mercancía.

Respecto a los productos congelados y refrigerados, se dedica una especial atención a la supervisión y control de la cadena de frío en todo el recorrido de los artículos, desde que el proveedor entrega la mercancía en la tienda, previa comprobación de la calidad y temperatura adecuadas, hasta que llega al cliente final. La idea es evitar que haya alteraciones o rupturas de la cadena de frío.

El Plan de Control Higiénico Sanitario implantado en todos los centros comerciales tiene como objetivo garantizar la seguridad y las condiciones de los alimentos hasta que llegan al cliente. Para ello, se realizan controles tanto en nuestros laboratorios de alimentación (cerca de 9.000 análisis al año) como en laboratorios independientes públicos y privados de reconocido prestigio.



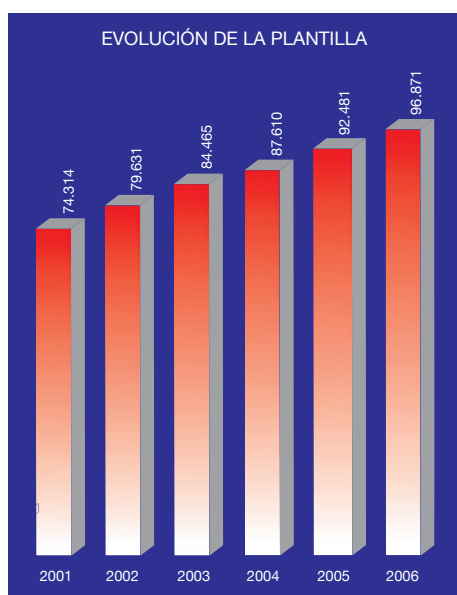
El compromiso con el cliente es mejorar continuamente los procesos de control y seguridad, así como alcanzar los niveles más altos de calidad alimentaria, especialmente, en aquellos productos de marca propia, ya sea El Corte Inglés o Hipercor. Sólo así el cliente puede tener la garantía de que se trata de un producto de total confianza.

En cuanto a aquellos productos no alimentarios, el Grupo ha adoptado las prácticas comerciales más exigentes, además de colaborar con diversas entidades como la Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC), la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR), el Instituto Nacional de Consumo y otros organismos públicos y privados.

## NUESTRO CAPITAL HUMANO

Las personas son una parte fundamental del Grupo El Corte Inglés. Por ello les animamos a que sigan creciendo tanto en el terreno personal como profesional facilitándoles las condiciones apropiadas. La iniciativa dentro del trabajo en equipo es un factor determinante y forma parte de nuestra cultura corporativa.

La plantilla de nuestro Grupo, a fecha de cierre del ejercicio, estaba compuesta por más de 105.000 personas, que equivalen a 96.871 personas a jornada completa, en un total de 21 empresas de diversos sectores con presencia nacional e internacional.

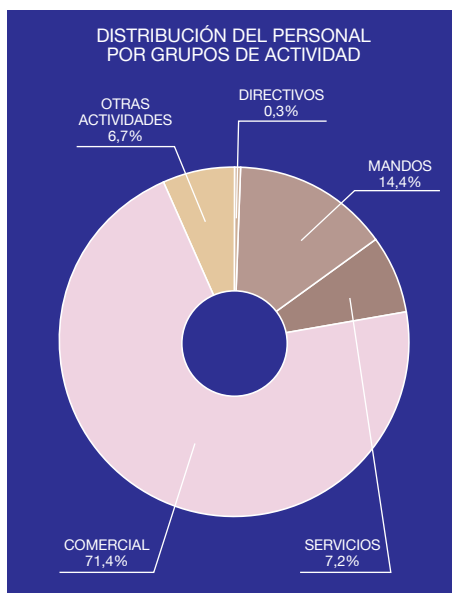
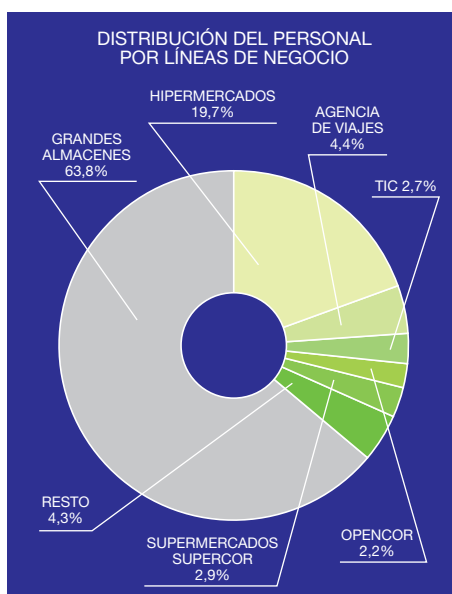


Plantilla a jornada completa

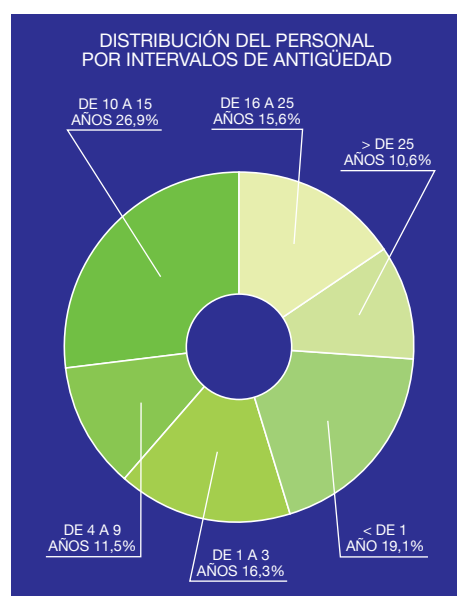
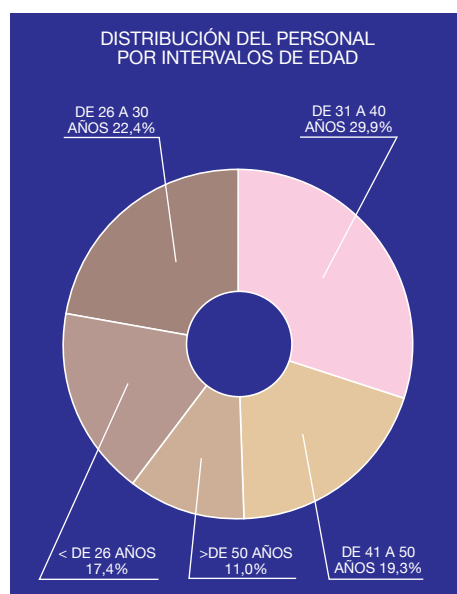
Esta realidad supone un aumento de casi 4.400 puestos de trabajo a

jornada completa (un 4,7%) sobre el ejercicio anterior. El motivo principal de este incremento se debe a nuestra continua expansión.

La distribución de la plantilla, a jornada completa, por líneas de negocio y grupos de actividad se refleja seguidamente:

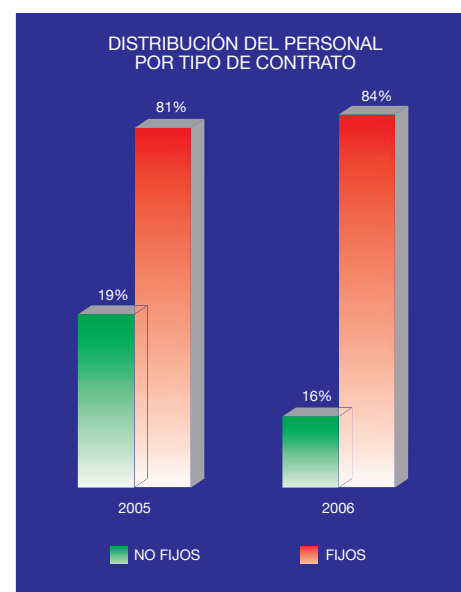
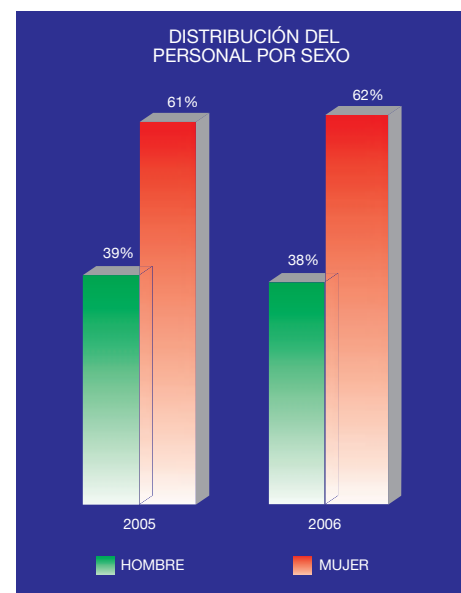


En cuanto a las características más importantes de nuestra plantilla, cabe destacar que la edad media es de 36 años, con una antigüedad de 10. La distribución por tramos de edad y antigüedad se refleja en los siguientes gráficos:



Respecto a la distribución por sexos y por tipos de contrato, hay que destacar una mayor presencia

de mujeres en nuestra plantilla y un predominio de los contratos fijos.



Dentro del capítulo de comunicación interna del Grupo, seguimos incorporando nuevos servicios y utilidades para los empleados a través del Sistema de Información de Empresa (SIE). Este canal de comunicación, desarrollado de forma interactiva a través de la Intranet, permite a



cada empleado tener acceso a todos aquellos datos e información que pueda necesitar en el ámbito laboral, profesional, fiscal, de formación o comercial.

Hay que destacar la implantación de nuevas herramientas informáticas de gestión, como la que permite, a los jefes y responsables en centros comerciales, planificar y gestionar la plantilla que trabaja de forma discontinua en los días de más actividad.

## SELECCIÓN Y FORMACIÓN

Durante el ejercicio, hemos intensificado nuestra política de selección de personal para cubrir las necesidades de empleo de las diferentes empresas del Grupo, tanto

en los centros ya operativos como en las nuevas aperturas.

En este sentido, cabe resaltar la colaboración que hemos mantenido con Centros Educativos de Enseñanza Secundaria y Superior, con el fin de facilitar el acceso al mundo laboral de sus alumnos. De esta manera, más de 1.700 jóvenes han realizado prácticas formativas en nuestro Grupo.

Se ha prestado especial atención a los colectivos con dificultades de inserción laboral, contando para ello con el apoyo de organismos oficiales, organizaciones no gubernamentales (ONG) e instituciones educativas.

Para El Corte Inglés la formación del personal es uno de los aspectos básicos de diferenciación. Por eso, tanto las personas que se incorporan a las empresas del Grupo,



Curso en el Centro de Formación Herrera Oria (Madrid)

como los profesionales que trabajan en ellas reciben de forma habitual y regular cursos de formación adaptados a sus puestos de trabajo.

En este sentido, durante el ejercicio 2006 se ha realizado un especial esfuerzo en mejorar la profesionalización y especialización del personal de venta.

Desde el punto de vista de la metodología de enseñanza, la mayor parte de esta actividad ha sido formación presencial, si bien se confirma el crecimiento de la formación a distancia gestionada a través de la plataforma interna Aul@ECI.

En sintonía con el crecimiento y la evolución de nuestras empresas durante este ejercicio, se ha incrementado la formación destinada al personal de los nuevos negocios y establecimientos.

Los datos más significativos del ejercicio respecto a los cursos de formación son los siguientes:

Contenidos	Presencial			On-line	
	Cursos	Horas	Alumnos	Horas	Alumnos
Mandos .....	508	141.130	8.063	1.878	1.371
Producto y oficios .....	4.269	758.662	39.882	110.039	122.118
Comercial y marketing .....	1.533	632.436	23.125	11.976	19.979
Administración e informática ...	2.328	368.656	29.380	18.297	9.070
Otros .....	219	39.545	2.615	8.078	2.333
TOTAL .....	8.857	1.940.429	103.065	150.268	154.871
Duración media de los cursos .....	19 horas				
Nº medio de alumnos por curso .....	12				
Índice de rotación (formación presencial).....	1				

Durante este ejercicio también ha aumentado el número de personas inmigrantes que han participado en nuestros procesos de formación, hasta llegar a 556 alumnos. Con ello se pretende favorecer su integración tanto en nuestro país como en nuestra empresa.

## PROMOCIÓN Y RECONOCIMIENTO

La promoción es un compromiso con nuestro personal y es también el reconocimiento al mérito medido a través de la consecución de resultados y la evaluación del desempeño anual.

En el ejercicio 2006 fueron promocionadas 2.587 personas a puestos de mayor responsabilidad en reconocimiento a su desempeño y potencial. El desglose por empresa se refleja en el siguiente cuadro:

Empresa	Total
El Corte Inglés .....	1.443
Hipercor .....	509
Informática El Corte Inglés, Investrónica y Telecor .....	79
Viajes El Corte Inglés .....	72
Otras empresas del Grupo .....	484
TOTAL .....	2.587

En este contexto de reconocimiento hacia el personal, durante el ejercicio se impusieron 609 emblemas de oro y 1.758 de plata a aquellas personas que cumplieron 25 y 15 años, respectivamente, de permanencia en la empresa. Este reconocimiento es una manera de premiar la fidelidad y constancia que estimulan y refuerzan nuestra cultura.

El detalle por empresas de los emblemas concedidos es el siguiente:

representados en el Comité Intercen-  
tros: CC.OO., FASGA, FETICO y UGT.

Además, y en línea con esta misma política de igualdad, El Corte Inglés solicitó en el mes de septiembre al Instituto de la Mujer la participación en el Programa Óptima, consistente en el desarrollo de un proceso amplio y coherente para fomentar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres dentro de la empresa.

Empresas	Personas	
	25 años	15 años
El Corte Inglés .....	542	1.233
Hipercor .....	53	330
Informática El Corte Inglés, Investrónica y Telecor .....	4	40
Viajes El Corte Inglés .....	6	125
Otras empresas del Grupo .....	4	30
TOTAL .....	609	1.758

## RELACIONES LABORALES

Dentro del marco de las relaciones laborales, el Grupo El Corte Inglés ha puesto en marcha diversas iniciativas consideradas pioneras y que están dirigidas tanto a fomentar la igualdad de las mujeres como a evitar situaciones de acoso moral o sexual.

En marzo de 2006 se inició la negociación de un Plan de Igualdad para la empresa con los sindicatos

Otra de las líneas de actuación en las que se está trabajando es en el Procedimiento de Prevención y Tratamiento de Situaciones de Acoso Moral y Sexual, adoptado en el ejercicio anterior para todas las empresas del Grupo y que, durante 2006, ha funcionado con toda normalidad tras la constitución de la Comisión Instructora para el Tratamiento de Situaciones de Acoso.

Durante el ejercicio 2006 ha tenido lugar también otro hecho

que merece ser reseñado. En el mes de noviembre se celebraron elecciones sindicales en las empresas pertenecientes a la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED). Entre ellas, concurrieron El Corte Inglés, Hipercor, Informática El Corte Inglés y Financiera El Corte Inglés.

En el proceso electoral desarrollado dentro de nuestro Grupo de empresas se han elegido más de 1.900 representantes de los trabajadores, miembros de Comité de Empresa y delegados de personal.

## SEGURIDAD Y SALUD LABORAL

El Servicio Mancomunado de Prevención del Grupo El Corte Inglés continúa el desarrollo de un proceso para integrar los criterios de prevención en el sistema de gestión de las empresas que lo componen, en todos los niveles jerárquicos y de decisión de las mismas.

Durante este ejercicio, la preocupación por la seguridad, la salud y el bienestar de nuestros trabajadores nos ha hecho avan-

zar en el diseño de un método de evaluación de factores psicosociales que nos ayude a detectar las interacciones existentes entre la organización del trabajo y las capacidades, necesidades y expectativas de los trabajadores. Con ello se persigue potenciar todas estas capacidades y expectativas incorporándolas al diseño de los puestos de trabajo.

Esta preocupación por la mejora de las condiciones de trabajo se ha hecho extensiva a nuestros proveedores, creando la Unidad de Coordinación de Actividades Empresariales para mejorar el conocimiento mutuo de las medidas preventivas que deberán ser observadas por todos los trabajadores externos que acceden a nuestras instalaciones.

En el área de salud laboral, el avance más significativo proviene de la colaboración del personal sanitario de la Mancomunidad con entidades de reconocido prestigio dentro del campo de la medicina laboral. En este contexto, se han desarrollado trabajos de investigación sobre patologías laborales emergentes, que puedan tener sig-



nificación para algún colectivo de nuestras empresas.

Otro apartado muy destacado ha sido la implantación del programa AVISA como soporte único de la gestión sanitaria de los Servicios Médicos. La mejora en el seguimiento clínico y el mayor aprovechamiento de los recursos sanitarios son, sin duda, los avances más significativos en esta materia.

## BENEFICIOS SOCIALES

Además de las condiciones especiales en compras y servicios internos que tienen nuestros empleados como clientes en las distintas empresas del Grupo, cabe destacar otros beneficios como el Seguro de Vida Colectivo, que compensó indemnizaciones por fallecimiento e invalidez permanente durante el ejercicio por un valor de 7,48 millones de euros, o diversos tipos de ayudas para estudios.

En este aspecto, hay que citar el Centro de Estudios Universitarios Ramón Areces (CEURA), a través del cual un total de 833 empleados cursaron estudios superiores durante el ejercicio 2006.

También hay establecidas una serie de ayudas de estudios para hijos de empleados. La Comisión Mixta de las Fundaciones César Rodríguez y Ramón Areces ha concedido 1,15 millones de euros destinados a estudios de formación profesional, bachillerato y cursos universitarios para un total de 1.573 beneficiarios. Asimismo, se han concedido 354 ayudas económicas a empleados con hijos discapacitados para ayudarles a financiar sus estudios.

## ASOCIACIÓN GRUPO DE EMPRESAS

La Asociación “Grupo de Empresas El Corte Inglés” (GECI) tiene un carácter voluntario y su objetivo es organizar actividades de carácter social para todo el personal y sus familias. Los empleados que lo desean pueden hacerse socios mediante una cuota anual, con ventajas adicionales.

La asociación lleva a cabo actividades culturales, deportivas y turísticas, con una participación de más de 22.000 personas durante el ejercicio (un 23% de la plantilla). También realiza colaboraciones



Niños de barrios marginales de Santo Domingo beneficiarios de becas de estudios

de interés social con fundaciones y organizaciones no gubernamentales, coopera en campañas de donación de sangre, y recauda fondos para enviar ayuda a zonas necesitadas o deprimidas, entre otras actividades.

Una de las acciones más destacadas es la donación de un 20% de las cuotas de los afiliados para colaboraciones con programas específicos de países necesitados.

Por último, el GECI consigue para sus asociados aplicación de descuentos en hoteles, restaurantes, adquisición de vehículos, clínicas...

## DIVERSIDAD E INTEGRACIÓN

El Corte Inglés promueve diversas acciones encaminadas a conseguir la igualdad de oportunidades de las personas discapacitadas en el ámbito laboral. En esa línea, venimos trabajando con Centros Especiales de Empleo (CEE), para la subcontratación de servicios y compra de productos fabricados en dichos centros.

Las principales cifras en relación con este punto son las siguientes:

- La plantilla contratada directamente ha aumentando, aproximándose a 700 personas.



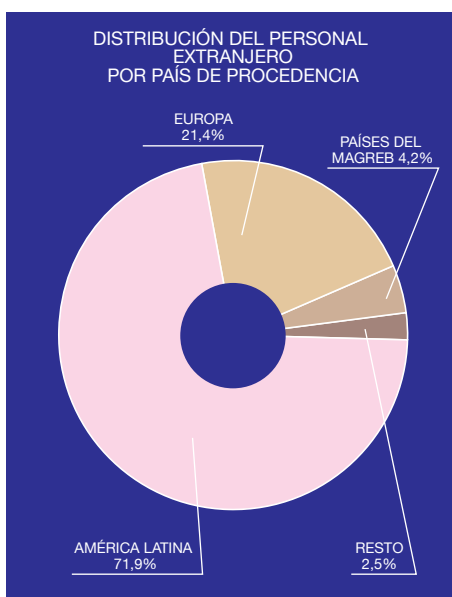
La integración e igualdad de oportunidades forman parte de la política del Grupo

- Colaboramos con 75 CEE.
- La facturación anual con CEE durante 2006 se elevó a 11,33 millones de euros, lo que supone un incremento del 58% sobre el ejercicio anterior.

- Se donaron 330.000 euros a entidades dedicadas a la inserción de personas con discapacidad.

La integración y la diversidad forman parte de la propia dinámica interna del Grupo. Por eso, nuestra plantilla en España cuenta con más de 5.100 empleados que poseen nacionalidad distinta a la española, con un incremento de 1.353 personas (un 35%) sobre el ejercicio anterior. Esto supone un peso del

5,3% sobre el total de la plantilla del Grupo. Este colectivo proviene de más de 60 países, aunque la gran mayoría son de origen latinoamericano.



## LOS PROVEEDORES

Una de las claves fundamentales en el funcionamiento de nuestra organización es la estrecha colaboración con nuestros proveedores. Con ello perseguimos la búsqueda de una mejora constante en la calidad de los productos y servicios así como su adaptación a los requerimientos de nuestros clientes, mediante una comunicación directa entre los proveedores y los profesionales de nuestra Central de Compras.

El Grupo concibe a cada uno de sus suministradores como un colaborador con el que se establece una estrecha relación de intercambio de ideas y propuestas. El objetivo de esta colaboración es que el proveedor tenga la garantía de una estabilidad y continuidad en el tiempo, lo que le permite planificar sus inversiones, su desarrollo y sus planes de futuro, especialmente cuando se trata de compañías de tamaño mediano y pequeño. Y es que uno de los rasgos del Grupo El Corte Inglés es el gran universo de suministradores con perfiles diferentes que conforman nuestra base de proveedores.

La variedad de formatos nos permite contar con grandes fabricantes internacionales de reconocido prestigio junto a pequeños artesanos, cuyos productos también se comercializan en nuestras tiendas.

En la actualidad, El Corte Inglés cuenta con más de 30.000 proveedores y, eso, da la medida del esfuerzo al que nos estamos refiriendo.

De este colectivo de empresas fabricantes y suministradoras de distintos servicios, más de 24.000 son empresas españolas; casi 4.000 de otros países europeos y el resto están ubicadas en terceros países.

Para favorecer la agilidad en nuestras relaciones ha resultado imprescindible acometer procesos muy profundos de normalización e informatización, aprovechando las posibilidades de los sistemas de intercambios de información por EDI (*Electronic Data Interchange*).

El intercambio de información vía EDI es cada día mayor y eso nos permite la comunicación con nuestros proveedores de forma segura y





fiable, a través de gran parte de los documentos mercantiles que nos son esenciales: pedidos, facturas y albaranes de entrega, órdenes de pago y mensajería varia. La transmisión de estos documentos optimiza los sistemas de ambos agentes (proveedor y distribuidor), permitiendo un ahorro significativo en manipulación de documentos y espacio de archivo pero, sobre todo, permite reducir costes y tiempo de tramitación, lo que repercute en la agilidad de la entrega y cobro de las operaciones, beneficiándose así nuestros clientes de una mejor gestión del producto.

Para poder acercarnos a lo que han supuesto las transacciones

en EDI, podemos indicar que, en 2006, se han gestionado más de 5,5 millones de pedidos; algo más de 4,5 millones de albaranes y se han recibido y aceptado más de 7 millones de facturas.

Otro aspecto que cabe resaltar en la coincidencia entre El Corte Inglés y sus proveedores es el objetivo de garantizar a nuestros clientes, y a la sociedad en su conjunto, el respeto por unos principios éticos de funcionamiento interno de las empresas, de tratamiento de los productos y de protección del medio ambiente.

El pasado año ofrecimos en nuestro Informe Anual el texto del compromiso que proponíamos a

nuestros proveedores, con el fin de reflejar los principios éticos que deben aceptar todas las empresas suministradoras del Grupo. La respuesta de nuestros proveedores ha sido altamente positiva, ya que la gran mayoría de ellos han firmado el documento y el resto está en proceso de hacerlo.

El control y la supervisión de la cadena de suministro es uno de los puntos básicos para garantizar un comportamiento acorde con la línea de actuación que propugnamos, así como con los principios incluidos en el Pacto Mundial de Naciones Unidas al que está suscrito El Corte Inglés.

En este sentido, hemos puesto en marcha un proceso para abordar un análisis de riesgos en la cadena de suministros de productos textiles que, más adelante, se extenderá hacia otros sectores de actividad. El punto de partida ha sido el seguimiento de los productos fabricados en tres países en vías de desarrollo. Aunque el número de suministradores procedentes de estas zonas geográficas es reducido, se ha querido iniciar el proceso en este

punto al considerar que es donde podría existir un mayor riesgo potencial de incumplimiento de los principios éticos que persigue El Corte Inglés.

Con el fin de garantizar el respeto a los derechos humanos, laborales y medioambientales, se ha enviado a los proveedores de estos países una ficha en la que han de reflejar la situación de sus trabajadores, así como la procedencia de los productos que elaboran. Se trata de un primer paso sobre el que se irá avanzando a lo largo del presente ejercicio y en el futuro.

Para ello, hemos solicitado la colaboración de algunas organizaciones con experiencia en este campo como Intermón Oxfam, Setem, Entreculturas, Codespa, OCU, CECU y Fiteqa (Federación de Industrias de Piel, Química y Afines).

## MEDIO AMBIENTE

El Grupo El Corte Inglés mantiene su iniciativa de trabajar con una adecuada gestión de los recursos utilizados con el fin de favorecer la preservación del medio ambiente en el marco de un desarrollo sostenible.

El creciente grado de sensibilización de la población a los problemas ambientales afianza nuestro compromiso con la sociedad y el medio ambiente, lo que ha originado la adopción de actuaciones encaminadas a contro-

lar los impactos que puedan generarse en la actividad realizada por las empresas del Grupo.

Las principales actuaciones desarrolladas durante el ejercicio 2006 por el Grupo El Corte Inglés se enmarcan dentro de programas de gestión de residuos, ahorro y eficiencia energética, emisiones a la atmósfera y otro tipo de iniciativas que pretenden avanzar en la mejora del comportamiento ambiental de la empresa.



## RESIDUOS

Las principales empresas del Grupo generan una serie de residuos debido a su actividad.

- La fracción más elevada de residuos corresponde al papel, cartón y plástico (89,1%) procedentes en su mayoría de los embalajes de mercancía. En este sentido, se dota a los centros de las infraestructuras necesarias para aprovechar al máximo estos residuos. Durante este ejercicio, se entregaron a entidades gestoras especializadas un total de 32,26 millones de kg de papel y cartón, y 1,25 millones de kg de plástico para su reciclado.

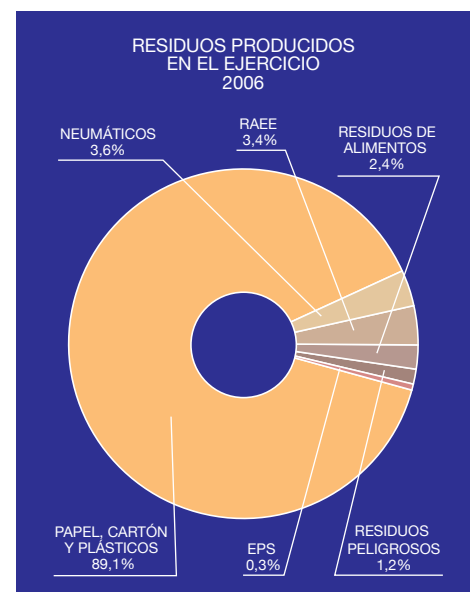
- Procedente también de embalajes, se generaron en el centro de distribución de Valdemoro 113.200 kg de poliestireno expandido (EPS) que fueron entregados para su recuperación y posterior obtención del constituyente básico para la fabricación de nuevas piezas de EPS. Con este sistema se consigue su incorporación a materiales de construcción, mejora de suelos y auxiliar de compostaje.

- Los neumáticos y los residuos de aparatos eléctricos y elec-

trónicos (RAEE) que se entregaron a gestores especializados para la recuperación de componentes y reciclado, supusieron el 7% de los residuos producidos por el Grupo durante el ejercicio 2006.

- Un 2,4% de los residuos gestionados correspondieron a alimentos. Entre éstos se encuentran los aceites orgánicos de las cafeterías, los cuales se entregaron a gestores especializados para la obtención de biodiésel.

- Los residuos peligrosos generados como consecuencia de la actividad de los centros comerciales suponen un 1,2% del total producido. Todos ellos se retiran por gestores autorizados que los someten a los tratamientos adecuados en cada caso.



RAEE: Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos.

EPS: Embalaje de poliestireno expandido.



Una de las medidas en las que se está trabajando es en la sustitución de los envases de cartón en los envíos a domicilio para pedidos de supermercado por otros de carácter reutilizable. Esto ha supuesto un ahorro de cartón del 9,3% respecto al ejercicio anterior. Desde el inicio de esta acción en el año 2003, la reducción del consumo de cajas de cartón alcanza ya el 72,8%.

En esta misma línea de trabajo, se está fomentando que los proveedores suministren las frutas y verduras en cestas de plástico retornables, para evitar la generación de residuos de cartón y madera. Durante el ejercicio anterior ha habido en los centros de distribución un movimiento de 2,9 millones de cestas de fruta y verdura de carácter retornable, evitándose, por tanto, la generación de una importante cantidad de residuos.

También continúa la reducción del consumo de papel debido a los estudios realizados para minimizar las impresiones y la creciente utilización de herramientas informáticas para la visualización de informes por pantalla. Estas medidas han supuesto, respecto al año anterior, un ahorro de 9 millones de

páginas en las impresoras, y un total de 43 millones de páginas desde el comienzo de dichas medidas. Asimismo, la distribución electrónica de la información requerida por los centros comerciales ha reducido un 90% el envío de esta documentación por medios de transporte convencionales.

Además de la participación activa con Ecoembalajes España (como sistema integrado de gestión de envases y residuos de envases) se colabora con otros sistemas integrados de gestión a los que se entregan residuos procedentes de los clientes, como ocurre en el caso de los RAEE, neumáticos usados y aceites minerales.

## AHORRO Y EFICIENCIA ENERGÉTICA

Durante el ejercicio económico 2006, el Grupo de empresas El Corte Inglés ha venido trabajando bajo la premisa del ahorro y la eficiencia energética, entendiendo como tal “a igual volumen de actividad, menor consumo energético”.

Con el propósito de impulsar y dar continuidad a las actividades de

ahorro de energía desde el Comité de Ahorro Energético, en el que están representadas las áreas de la organización más directamente implicadas, se están llevando a cabo iniciativas encaminadas a lograr una mayor eficiencia energética. En este sentido, cabe destacar las siguientes medidas:

- Las energías renovables se presentan como alternativa al consumo de los combustibles fósiles; por primera vez se ha dotado a un centro comercial, El Bercial, de placas solares térmicas, lo que supone

un importante ahorro del consumo energético y la consiguiente reducción de las emisiones.

Los 138 m<sup>2</sup> de captadores solares implantados evitarán la emisión de 48,3 toneladas de CO<sub>2</sub> en un año, equivalentes a la emisión producida por un vehículo en un recorrido de 345.000 Km.

Por otro lado, la utilización de la energía solar permite preservar las energías no renovables (petróleo, gas, carbón, uranio...) y reservarlas para empleos específicos para los cuales no existe alternativa hoy.



Placas solares en la cubierta del C.C. El Bercial (Madrid)

- Se está potenciando la elaboración de estudios de eficiencia energética en los edificios de la organización. Durante este ejercicio se ha realizado el estudio correspondiente a las oficinas centrales, con el objetivo de disminuir el consumo de energía de este inmueble y poder adaptar los resultados a otros edificios del Grupo. Dentro de este proyecto se han analizado aspectos tales como el sistema de iluminación y las temperaturas de climatización.

- Los centros comerciales de El Corte Inglés e Hipercor se han adherido a los "Planes Renove de electrodomésticos" impulsados por las distintas Comunidades Autónomas, incentivando a los clientes a la sustitución de sus viejos aparatos por otros de "elevada eficiencia energética", con el fin de fomentar el ahorro energético y, en consecuencia, disminuir las emisiones de CO<sub>2</sub> a la atmósfera.

## EMISIONES A LA ATMÓSFERA

Se continúa con los trabajos de eliminación de hidroclorofluoro-

carburos (HCFC) de nuestras instalaciones de aire acondicionado. Desde que se comenzó con esta medida se ha logrado eliminar un 26,4% del total de instalaciones que contienen CFC.

Igualmente, se continúa con la renovación de la flota de vehículos de la organización, mediante la adquisición de nuevos modelos que se caracterizan por la reducción de las emisiones de gases, partículas contaminantes y humos.

## OTRAS ACTUACIONES

En el ejercicio 2006, se ha implantado en la división comercial de El Corte Inglés un sistema de gestión ambiental basado en la norma ISO 14001, lo cual se traduce en una mejora en el comportamiento ambiental de la empresa y una mayor sensibilización de los empleados.

Además, se han realizado importantes inversiones para dotar a los centros de nueva construcción de las "mejores técnicas disponibles", encaminadas fundamentalmente a la optimización del consumo energético y a la minimización del impacto acústico.

Entre otras, cabe destacar la implantación de medidas tales como: refrigeración *free-cooling*, recuperación de energía del aire de extracción, sistema de volumen de aire variable, cerramientos perimetrales que minimizan el intercambio de calor y el impacto acústico exterior, sistemas de megafonía sin contaminación acústica...

Por otra parte, se han realizado obras de mejora en nuestras instalaciones que permiten conseguir una mayor eficiencia energética y la disminución de las emisiones. Estas actuaciones consisten principalmente en:

- La adecuación de los equipos de cogeneración.
- La sustitución de torres de refrigeración convencionales de agua por aero-refrigerante en determinados centros de la organización, lo que ha supuesto el ahorro del 100% del agua consumida por las mismas.

Se ha continuado en las tareas de concienciación ambiental emprendidas en años anteriores, con la realización de acciones formativas directas para los empleados del Grupo que desarrollan actividades con implicación medioambiental.

Durante este ejercicio se ha reforzado la formación con la edición de una guía de "Recomendaciones para el ahorro de energía" que contempla medidas relacionadas con la iluminación, climatización y frío industrial.

También se han incorporado y actualizado publicaciones de "Buenas Prácticas" en la Intranet Corporativa para que el empleado participe en la protección del medio ambiente.

Por último, se sigue colaborando con el Ministerio de Medio Ambiente y la Asociación de Fabricantes de Plásticos (Cicloplast) para promover entre nuestros clientes el reciclado de las bolsas de plástico del supermercado.



## INTEGRACIÓN EN LA SOCIEDAD

Una de las máximas del Grupo El Corte Inglés es la de integrarse socialmente en cada una de las regiones en las que se haya establecido, por eso el concepto de empresa socialmente responsable está tan arraigado en nuestra organización. Esto supone una vinculación en todos los sentidos, incluidas las tradiciones locales, pero también supone un compromiso a gran escala con toda la sociedad en general, dada la implantación del Grupo y su condición de líder de la distribución española.

Esta integración en la sociedad se lleva a cabo desde diferentes ángulos que van desde la representación institucional hasta la acción social pasando por la organización y participación en todo tipo de eventos deportivos, culturales, educativos y sociales que se desarrollan tanto a nivel nacional como regional o local.

## REPRESENTACIÓN INSTITUCIONAL

El Corte Inglés mantiene, desde hace años, una presencia ac-

tiva en las principales organizaciones empresariales, tanto las de ámbito estatal como las autonómicas. La CEOE (Confederación Española de Organizaciones Empresariales), la patronal del sector ANGED (Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución) y la Asociación Española de Centros Comerciales (AECC) son algunas de las instituciones en las que se participa de manera habitual, al igual que se hace en las Cámaras de Comercio e Industria y en la Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC), entre otras.

Además, las principales empresas del Grupo están asociadas a las patronales sectoriales correspondientes. Supercor, por ejemplo, forma parte de la Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados, mientras que Informática El Corte Inglés está presente en la Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones y en la Asociación Española de Consultoría. Telcor está integrada en la Asociación de Usuarios de Telecomunicaciones



y de la Sociedad de la Información e Investrónica es miembro activo de la Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica y Comunicaciones.

Nuestra cadena más joven, Bricor, también pertenece a las patronales que agrupan a las grandes cadenas de bricolaje, la Asociación de Fabricantes Españoles de Bricolaje y la Asociación de Distribuidores de Ferretería y Bricolaje, en tanto que Viajes El Corte Inglés forma parte desde hace tiempo de las principales agrupaciones del sector como RADIUS.

En el plano internacional, El Corte Inglés está adscrito a la Cámara de Comercio Internacional, a la *European Retail Round Table* y a la *International Association of Department Stores (IADS)*, entre otras instituciones.

## COLABORACIÓN CON ORGANIZACIONES

En nuestro afán por acercarnos a aquellas organizaciones representativas de una parte importante de la sociedad, mantenemos frecuentes contactos con agrupacio-

nes de consumidores como OCU o CECU, y tenemos abiertas vías de colaboración con numerosas ONG. Entre ellas cabe destacar Intermón Oxfam, Setem, Greenpeace, Cáritas, la Federación de Mujeres Progresistas, Reporteros sin Fronteras, Atenpace, Mensajeros de la Paz, Codespa, Entreculturas y Nuevo Futuro. Con algunas de ellas se ha trabajado en acciones puntuales para recaudar dinero y prestar ayuda en zonas afectadas por catástrofes naturales.

Asimismo, El Corte Inglés es socio, entre otras, de instituciones como la Fundación Empresa y Sociedad, cuyo objetivo es animar a las empresas a tomar la iniciativa frente a los principales retos relacionados con la plena integración en la sociedad de personas desfavorecidas.

Colaboramos activamente con la Fundación Lealtad, una organización independiente cuya misión es fomentar la confianza de la sociedad en fundaciones y asociaciones que cumplan fines de acción social, cooperación al desarrollo o medio ambiente. Junto a esta fundación, El Corte Inglés celebra en el mes de marzo la Semana de la Solida-

ridad cediendo espacio comercial para que las ONG puedan explicar a los clientes el trabajo que llevan a cabo. Se trata de una iniciativa de acercamiento a la sociedad en las que aquellas ONG analizadas por la Fundación Lealtad, es decir, incluidas en la Guía de la Transparencia y las Buenas Prácticas, pueden exponer abiertamente sus proyectos de futuro. En el ejercicio 2006 participaron 33 organizaciones y, tras el éxito alcanzado, en 2007 se ha repetido la experiencia con la participación de 40 ONG repartidas por 47 centros de El Corte Inglés en 13 Comunidades Autónomas.

Otra de las líneas de actuación es la que se lleva a cabo desde

hace tiempo con la Fundación IUVE a través del programa “Un kilo de ayuda”. Esta ONG, cuyo objetivo es promover una cultura de solidaridad, está dedicada a favorecer a los más necesitados por medio de la cooperación al desarrollo. En las líneas de caja del supermercado de El Corte Inglés, Hipercor, Supercor y Opencor existen unas tarjetas por valor de 1, 2 y 5 euros que el cliente puede adquirir y cuyo importe va directamente a la Fundación IUVE.

Se mantiene también una estrecha colaboración con la Fundación Realiza que trabaja por la inserción laboral de colectivos que sufren discapacidad o exclusión social. El Corte Inglés ha cedido espacio en di-



Participación de una ONG en la Semana de la Solidaridad

ferentes establecimientos y de forma desinteresada para que la fundación pueda comercializar los productos que elaboran sus asociados.

Además, se trabaja en favor de la integración de colectivos desfavorecidos y, en este ámbito, existen acuerdos con diversos centros especiales de empleo para adquirir productos y servicios, tal y como se ha explicado en el apartado correspondiente a “Diversidad e Integración”.

De acuerdo con la política de responsabilidad social y de vinculación con la sociedad que mantiene la compañía, El Corte Inglés ha puesto en marcha un proyecto para incluir productos de lo que se denomina “comercio justo” en los lineales de los supermercados de forma permanente y estable. De hecho, la empresa está negociando actualmente con varias organizaciones que se encargarán de suministrar estos productos y garantizar su procedencia.

## VINCULACIÓN SOCIAL

En sintonía con su política de integración en la sociedad tanto a

nivel nacional como local, El Corte Inglés ha puesto en marcha una serie de programas y actividades cuya cobertura varía en función de los intereses e idiosincrasia de la ciudadanía. Mientras algunos tienen carácter nacional como es el caso del Torneo Social de Golf El Corte Inglés o de la firma de libros o discos en nuestras tiendas, otros muestran una clara impronta local.

En conjunto, El Corte Inglés ha propiciado alrededor de 4.000 acciones entre patrocinios, mecenazgo, colaboraciones e iniciativas propias.

Dentro de toda esta gran cantidad de programas se enmarcan acciones de mecenazgo de gran importancia como los convenios de colaboración que existen con el Museo del Prado, con el Liceo de Barcelona, con el Museo de Bellas Artes de Bilbao o con las Juventudes Musicales de Madrid.

En el marco del mecenazgo, además de las numerosas acciones directas que se realizan con asociaciones e instituciones de todo tipo, hay abiertas varias líneas de colaboración con otras

organizaciones como ocurre con el Premio Solidaridad, que organiza la revista *Telva* y en el que participa El Corte Inglés. También se colabora con diversas instituciones en proyectos solidarios y de ayuda al desarrollo, como con la Asociación Caridad San Vicente de Paúl, que trabaja en la construcción de un pozo de agua potable en Bekiria (Madagascar), o con la Asociación de Amigos del Pueblo Saharaui mediante el envío de alimentos infantiles. En este sentido, se ha enviado ayuda humanitaria a Afganistán dentro de un proyecto de cooperación internacional.

También se ha colaborado con la Asociación Hogares Nuevo Futuro Perú y, en España, con Nuevo Futuro Sevilla y con la Fundación Candéal dentro del Proyecto Hombre, entre otras muchas iniciativas.

En cuanto a la acción social, El Corte Inglés ha financiado a la Fundación Leucemia y Linfoma en un proyecto de apoyo a personas afectadas por esta enfermedad, y ha colaborado con otras organizaciones como



Gran Premio El Corte Inglés de Trote, deporte tradicional de Mallorca

la Asociación Española Contra el Cáncer.

Asimismo, ha patrocinado actividades que permiten a los discapacitados practicar deportes como el esquí alpino, entre otros. En este sentido, se han establecido acuerdos de colaboración con la Fundación También y con la Fundación Deporte y Desafío.

La cultura ocupa un lugar relevante dentro de las actividades en las que interviene El Corte Inglés, ya que la compañía pretende participar en aquellos acontecimientos de trascendencia cultural que ocurren en las ciudades en las que está implantado. Un ejemplo es el apoyo al Festival de Jazz de Vitoria o la exposición, coincidiendo con ARCO -la Feria de Arte Contemporáneo que se

celebra en Madrid-, de una serie de obras diseñadas por artistas de gran renombre internacional que se instalan mediante lonas gigantes en las fachadas de algunos de nuestros centros comerciales durante la celebración de la feria.

En consonancia con este interés cultural, el Grupo colabora en iniciativas relacionadas con el cine, el teatro, el arte, la historia, la fotografía, la música, la literatura, etc. Ha participado en la organización de ciclos cinematográficos, entre ellos uno infantil en Pamplona; ha colaborado en el espectáculo “La flauta mágica”, organizado por Actividades Culturales La Bicicleta, en Madrid; ha impulsado el concurso pintura y fotografía Pintor Argüelles en A Coruña; ha contribuido en Málaga a la exposición sobre el que fuera virrey de Nueva España Bernardo de Gálvez; ha colaborado con la Casa-Museo Dr. Anastácio Gonçalves en Lisboa (Portugal), y ha patrocinado el concierto de José Mercé en los Festivales de Verano de Alicante, entre otras muchas actividades.

El Grupo ha tenido desde siempre una gran preocupación por la educación y la enseñanza y, en respuesta a este interés, mantiene acuerdos con colegios, institutos, universidades, colegios mayores e instituciones educativas. La formación es uno de los fundamentos del Grupo, y del mismo modo que se la procura a su personal, intenta hacerla extensiva al conjunto de la sociedad. En este contexto se desarrolla una de las iniciativas que promueve y organiza directamente El Corte Inglés: el concurso “Investiga a través del entorno y exponlo”, que tiene lugar en la Comunidad de Madrid y en el que participan alrededor de 10.000 alumnos de primaria y secundaria. Asimismo, se colabora con diversas instituciones como la Fundación Universidad Alfonso X el Sabio a quien apoyó en las Jornadas Internacionales de Derechos Humanos, o con la Universidad Complutense de Madrid con quien ha participado en distintas iniciativas como el Festival del 75 Aniversario del Sufragio Universal o el Festival de Jazz UCM.





Dentro del ámbito universitario también se patrocinan desde hace 27 años las actividades culturales y deportivas de los colegios mayores de Madrid, destacando la colaboración que se mantiene con la Asociación Cultural Club Música y Jazz del Colegio Mayor San Juan Evangelista.

En respuesta a la preocupación que el Grupo y la sociedad tienen por los temas de medio ambiente, se han llevado a cabo diversas iniciativas como la colaboración con el I Congreso Nacional sobre Biodiversidad que organizó Ediciones Mundo Natura, o la firma de un convenio con la Consellería de Territorio y Medio Ambiente de la Comunidad Valenciana para proyectos medioambientales.

Dentro del capítulo de patrocinios deportivos destacan aquellas iniciativas de gran alcance como el copatrocinio de la 32<sup>nd</sup> America's Cup o el Plan de Apoyo



al Deporte Olímpico y Paralímpico para los Juegos de Turín y Pekín 2008, pero también son importantes las numerosas iniciativas locales que se suceden a lo largo del año, como es la Cursa de Barcelona (con más de 50.000 atletas) o el Medio Maratón de Lisboa, uno de los eventos deportivos más importantes de la capital portuguesa. También, con un carácter más local y arraigado en la tierra, están actividades como la Regata Rías Baixas en Galicia, el campeonato de Aficionados de Galotxa en la Comunidad Valenciana, o el torneo

de Vela Latina de Murcia, entre otros ejemplos.



XXXI Campeonato de Galotxa "Trofeo El Corte Inglés" (Valencia)

Esta vinculación con la sociedad y con el entorno más cercano no sólo abarca el aspecto deportivo; las direcciones regionales y locales de El Corte Inglés prestan una especial dedicación a la organización y apoyo de eventos de carácter cultural y social ligados a las tradiciones locales de su ámbito de influencia. Así se incluyen el patrocinio de actividades como la Batalla de las Flores en A Coruña, el concurso de vídeos de San Fermín en Pamplona, las Hogueras de San Juan en Alicante, o las fiestas de Cartagineses y Romanos de Cartagena.

Además, a todo ello hay que añadir la amplia serie de activida-

des que se desarrollan desde los centros de El Corte Inglés y que tienen un marcado signo cultural: presentaciones de libros, debates literarios, exposiciones, talleres, encuentros y actividades infantiles como cuentacuentos, magia o marionetas. La mayor parte de estas iniciativas se realizan en aquellos centros comerciales en los que existen salas adecuadas para la celebración de eventos.

Uno de los grandes acontecimientos que organiza Ámbito Cultural de El Corte Inglés es el Premio Primavera de Novela, que se realiza conjuntamente con Espasa Calpe. En el ejercicio 2006 se celebró la X edición, en la que resultó ganador Fernando Schwartz por la obra "Vichy 1940" y finalista Mayra Santos-Febres por "Nuestra señora de la noche". En la edición de 2007, la ganadora del Premio Primavera ha sido Nativel Preciado con la novela "Camino de hierro", mientras que Care Santos ha sido finalista con "La muerte de Venus".

Además de este galardón literario, uno de los mejor dotados económicamente con 200.000 euros para la obra premiada y 30.000 euros para



Exhibición de deportes náuticos: Kitesurf, en Palma de Mallorca

la finalista, El Corte Inglés patrocinó distintos premios literarios como el Fernando Caballero Bonald, a libros ya editados; el Premio Ateneo de Poesía, el Premio Anaya de Literatura Infantil y Juvenil, el Premio Algaba de Biografías, el Premio Llanes para libros de Viajes, el Premio de Relatos para Universitarios Booket, el Premio Bussines Class / Lengua de Trapo, el Premio Novelia para autores noveles y el Premio Espiral Mayor de poesía galaico portuguesa, patrocinios todos ellos compartidos con editoriales e instituciones españolas.

Asimismo, y en su deseo de promover otras manifestaciones culturales, Ámbito Cultural convoca el Certamen de Voces Líricas Manuel Ausensi, cuya gala final se realiza en el gran Teatro Liceo de Barcelona, ciudad que junto con Valencia, Santander y Palma de Mallorca centraliza las actividades de este certamen de canto que ya ha cumplido diez ediciones.

Las artes plásticas y el apoyo a las expresiones pictóricas tienen sus referencias en los concursos de Arte Joven y de Pintura de Mujeres

que se convocan conjuntamente con la Real Academia de Bellas Artes de Valencia.

En el año 2006 continuamos con distintas exposiciones itinerantes, visionado de cortometrajes, e impulso a diversas manifestaciones culturales de índole popular tales como carnavales, Semana Santa y fiestas culturales de carácter local.

Hay que señalar también que el cliente y la sociedad en general perciben y valoran positivamente todas aquellas iniciativas que el Grupo El Corte Inglés lleva a cabo en materia de responsabilidad social corporativa y de integración con su entorno. Esto, unido a la calidad, atención y servicio que ofrece al cliente, ha propiciado que El Corte Inglés mantenga una posición privilegiada entre las empresas con mejor reputación corporativa tanto a nivel nacional como internacional, según diversos estudios e informes.

## FUNDACIÓN RAMÓN ARECES

La Fundación Ramón Areces fue constituida el 16 de marzo de 1976 por D. Ramón Areces Rodríguez, que fuera Presidente de El Corte Inglés, quedando clasificada como Fundación Cultural Privada.

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.

El objetivo fundamental de la Fundación es el fomento y desarrollo de la investigación, la educación y la cultura en España. Sus líneas de actuación son:

- La adjudicación de ayudas a la investigación, financiando proyectos y trabajos en nuevas disciplinas y facilitando el desarrollo de técnicas y procedimientos científicos innovadores, mediante la convocatoria de Concursos Nacionales de Ayudas a la Investigación Científica y Técnica, y a la Investigación en Economía.

- La Fundación desarrolla un programa de becas de ampliación de estudios en el extranjero, que permite la formación de los pos-



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

graduados españoles en los principales centros de investigación del mundo; y otro programa de becas para la realización de tesis doctorales. La dotación de estas becas contribuye a la formación de investigadores y profesionales altamente cualificados.

- La Fundación lleva a cabo, durante el año académico, un amplio programa de actividades docentes y culturales mediante la celebración de simposios internacionales, reuniones científicas y ciclos de conferencias, que la ha convertido en un prestigioso foro de debate e intercambio multidisciplinar de conocimientos.



- Colabora con otras instituciones españolas para la protección, conservación y divulgación del patrimonio artístico nacional, así como para la promoción de la investigación y de las diversas manifestaciones de la cultura.

- Publica obras de interés científico, histórico, cultural y económico, que constituye un fondo editorial que recoge, por

una parte, el fruto de diversos trabajos de investigación, simposios o ciclos de conferencias que se han desarrollado en la sede de la Fundación y, por otra, textos procedentes de destacados autores o colaboraciones con prestigiosas instituciones.

Entre las principales actividades realizadas en el año 2006 destacan las siguientes:

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concursos Nacionales para Adjudicación de Ayudas a la Investigación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación científica y técnica: Se patrocinaron 29 proyectos en las siguientes materias: Diagnóstico molecular, Bases moleculares y celulares de la inflamación aguda y crónica, Catálisis homogénea, Materiales fotovoltaicos, Mejora genética y protección de cultivos y Diseño de biosensores.</li> <li>- Investigación en Economía: Se financiaron 16 proyectos en las siguientes áreas: Macroeconomía, Economía Internacional, Economía Pública, Economía de la Salud, Economía Laboral y Economía Industrial y Regulación.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Becas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Para ampliación de estudios en Universidades y Centros de Investigación en el extranjero: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Economía y Derecho de la Unión Europea: 45 becarios.</li> <li>• Ciencias de la Naturaleza: 52 becarios.</li> </ul> </li> <li>- Para realización de tesis doctorales: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciencias de la Naturaleza: 41 becarios.</li> <li>• Ciencias Sociales: 63 becarios.</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actos Docentes y Culturales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Simposios Internacionales sobre Ciencia básica de la Medicina, Neurología, Sida, Demencia, Matemáticas y Cambio Climático, etc.</li> <li>- Reuniones científicas de Economía.</li> <li>- Ciclos de conferencias que han tratado temas de Aeronáutica, Economía, Biotecnología marina y Geografía.</li> <li>- Ciclo de música de cámara en conmemoración de Mozart, Arriaga y Schostakovich.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaboración con Instituciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Con Reales Academias: de la Historia, Nacional de Medicina, de Ciencias Morales y Políticas, Academia Española -con quien ha firmado un Convenio para la financiación de los trabajos de revisión del léxico económico del Diccionario de la Lengua Española-, y de Bellas Artes de San Fernando, fruto de cuya colaboración es la edición actualizada del "Catálogo de la Caligrafía Nacional".</li> <li>- Con Fundaciones: Severo Ochoa-Centro de Biología Molecular, Albéniz, Biblioteca de Literatura Universal, Universidad Carlos III y Autónoma de Madrid, entre otras.</li> <li>- Con otras Instituciones: Firma del acuerdo con el Gobierno de la Nación para financiar, junto con otras entidades, el Cento Nacional de Investigaciones Cardiovasculares (CNIC), dirigido por Valentín Fuster con el objetivo de convertirlo en un referente mundial en este campo de la investigación.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Edición de varias obras de temas históricos, sociales, medioambientales, entre las que cabe destacar "La productividad en la Economía Española", un ambicioso trabajo de investigación realizado bajo los auspicios de la Fundación.</li> </ul>

## APORTACIÓN A LA RENTA NACIONAL

En el ejercicio 2006, la aportación a la Renta Nacional, realizada por el Grupo de empresas El Corte Inglés, fue de 4.182,60 millones de euros, con un aumento del 7,2% en relación a la cifra del ejercicio anterior, presentando la siguiente distribución:

Concepto	Millones de euros	%
Participación del personal .....	2.435,03	58,2
- Remuneraciones .....	1.748,35	
- Cargas sociales .....	686,68	
Participación de la empresa .....	687,24	16,4
Participación de los accionistas .....	54,90	1,3
Participación del Estado, Comunidades Autónomas y Corporaciones Locales .....	1.005,43	24,1
TOTAL .....	4.182,60	100,0

