

elárbol

Informe anual 2012

10

Tecnología

9

Productos
frescos

8

Marcas
nacionales

7

Marca
"Super"

6

Tarjeta
"Superclub"

5

Amplitud y
luminosidad

4

Cercanía

1

Precio

2

Calidad

3

Profesionalidad

elárbol
supermercados



ÍNDICE

Nuestra tarjeta de presentación 10ª edición del Informe Anual	2
Una mirada al futuro El Árbol, moderno y funcional	4
Tu satisfacción es nuestra sonrisa Precio, calidad y libertad de elección	6
Carta del presidente	8
Carta del consejero delegado	10
Principales magnitudes	12
Supermercados El Árbol El secreto del éxito	14
Productos frescos Con total confianza	18
Super y My El valor de nuestras marcas	20
Fidelización <i>Apostamos por ti. ¿Te atreves?</i>	22
Calidad y clientes En constante movimiento	26
Cash&carry La enseña Max Descuento	28
El año de la renovación digital El Árbol en Social Media y en la red	30
Tecnología Horizonte 2013	31
Recursos Humanos Nuestro principal activo	32
Seguridad y salud laboral Prevención y formación	34
Gestión responsable Comprometidos con la Sostenibilidad	36

452

Tiendas

421 Supermercados El Árbol
31 *Cash&carry* Max Descuento

7.004

profesionales

330.940

m² superficie comercial

849

millones de euros de ventas



Imágenes
El Árbol

Informe anual
2012

elárbol
supermercados



Nuestra tarjeta de presentación

10^a Edición

Informe anual



“El Informe anual de Grupo El Árbol es para mí un libro excepcional y una tarjeta de presentación insustituible”

Juan Pascual, consejero delegado

“Queremos mostrar lo que somos, nuestra actividad, nuestros objetivos y nuestros resultados a través de un Informe anual en constante renovación”

Juan Carlos Rebollo, director general económico financiero



Desde la primera edición del Informe anual en 2003 y hasta la que ahora tiene en sus manos, han pasado diez años en los que El Árbol ha crecido y ha cambiado de imagen y modelo de supermercado, pero sobre todo han pasado diez años en los que hemos impulsado nuestro convencimiento de que el cliente ha sido, es y será siempre el centro de nuestra actividad.

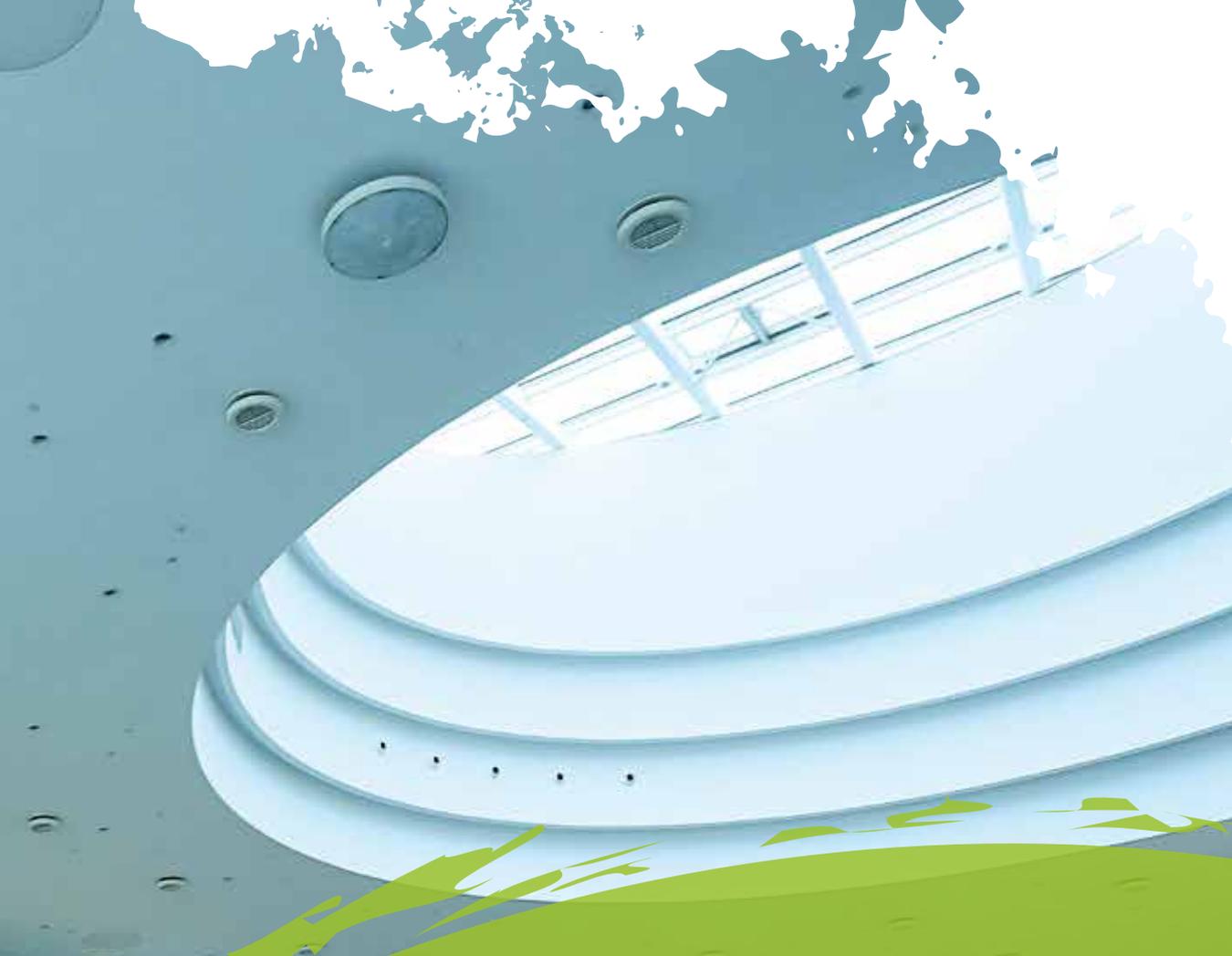
Gestión responsable	Seguridad y salud laboral	Recursos humanos	Tecnología	El Árbol en Social Media	Cash&carry	Calidad y clientes	Fidelización	Super y My	Productos frescos	Supermercados El Árbol	Principales magnitudes	Carta del consejero delegado	Carta del presidente	Tu satisfacción es nuestra sonrisa	Una mirada al futuro	Nuestra tarjeta de presentación
---------------------	---------------------------	------------------	------------	--------------------------	------------	--------------------	--------------	------------	-------------------	------------------------	------------------------	------------------------------	----------------------	------------------------------------	----------------------	---------------------------------

Una mirada al futuro

El Árbol, moderno y funcional

El Árbol ha inaugurado en 2012 un supermercado atrevido, innovador, pensado por y para los clientes, con la mirada en el futuro y con una propuesta de compra única en calidad y precio





Tu satisfacción es nuestra sonrisa

Precio, calidad y libertad de elección



Coge aquí
tu turno

Nuestros clientes hacen su compra de manera más fácil, cómoda y agradable, con libertad total de elección de marcas y productos, y con la atención a la carta de nuestros profesionales





Nuestra tarjeta de presentación

Una mirada al futuro

Tu satisfacción es nuestra sonrisa

Carta del presidente

Carta del consejero delegado

Principales magnitudes

Supermercados El Árbol

Productos frescos

Super y My

Fidelización

Calidad y clientes

Cash&carry

El Árbol en Social Media

Tecnología

Recursos humanos

Seguridad y salud laboral

Gestión responsable

Gracias a una gestión eficiente, realista y moderna, la compañía ha cerrado el ejercicio 2012 con incrementos significativos

Carta del presidente





Nuestra tarjeta de presentación
Una mirada al futuro
Tu satisfacción es nuestra sonrisa
Carta del presidente
Carta del consejero delegado
Principales magnitudes
Supermercados El Árbol
Productos frescos
Super y My
Fidelización
Calidad y clientes
Cash&carry
El Árbol en Social Media
Tecnología
Recursos humanos
Seguridad y salud laboral
Gestión responsable

Un año más les damos la bienvenida al Informe Anual de Grupo El Árbol. La décima edición de este libro que cada año elaboramos con esmero para ofrecer información de la compañía sobre su actividad, sus objetivos y sus planes de futuro, es una buena muestra de la evolución positiva vivida y una proyección de la que todavía queda por vivir.

En esta carta de apertura, quiero destacar una palabra que ha marcado no solo en 2012 la actividad de la compañía, sino que ha sido una constante en los últimos años. Esa palabra es *confianza*. Hoy, Grupo El Árbol goza de la confianza de los clientes, para los que nuestros profesionales del sector de la distribución trabajan sin descanso, y esto nos ha permitido crecer en un sector que como todos sufre la dureza de la crisis.

La compañía ha cerrado el ejercicio 2012 con resultados positivos en un entorno de bajada de consumo. De estas magnitudes pueden encontrar información en este Informe Anual, y una explicación más detallada de nuestro consejero delegado.

Sí, confianza de nuestros clientes, pero también del resto de públicos con los que Grupo El Árbol interactúa, que no son otros que trabajadores, proveedores, instituciones públicas y privadas, administraciones, entidades financieras y todos aquellos que comparten con la compañía sus valores: cercanía, profesionalidad, calidad, precio y libertad de elección a la hora de realizar la compra.

Estamos orgullosos del trabajo realizado y del servicio que prestamos, que no hubiera sido posible sin la participación de todos ustedes. Queda mucho por hacer y el camino será duro y difícil, pero contamos con una gran ventaja, contamos con su confianza, y queremos seguir respondiendo a sus expectativas con profesionalidad, honestidad y trabajo, mucho trabajo.

Muchas gracias
Ventura Garzón



Bienvenida del
consejero delegado



Carta del consejero delegado

Quiero darles la bienvenida al Informe Anual 2012 de Grupo El Árbol, que este año incluye importantes motivos de satisfacción para todos los que trabajamos en la compañía. Por un lado, la celebración de la décima edición de este libro de actividades y datos. Cumplimos diez ediciones, una cifra redonda que asegura continuidad en el proceso de información y transparencia por el que siempre hemos apostado. El Informe Anual es para mí, en particular, un libro que refleja lo que somos y lo que hacemos, y una tarjeta de presentación insustituible.

En cuanto a las principales magnitudes de la compañía, hemos cerrado el año 2012 con una facturación de 849 millones de euros, un 1,2% superior al ejercicio anterior y un Ebitda de 21,8 millones. Estas cifras cobran una dimensión especial si tenemos en cuenta que por primera vez en varias décadas el consumo de productos básicos para el hogar en España descendió un 0,6%, debido básicamente a los efectos de la crisis y el aumento del paro, además de otros factores como la pérdida de población inmigrante.

Productos frescos de la máxima calidad

Nuestros grandes ejes de diferenciación son, por un lado, la variada oferta y la calidad de *productos frescos*; por otro, la amplia gama de referencias de marcas nacionales de siempre que ofertamos, y que permiten al cliente la total *libertad de elección de compra*. La *cercanía* -física y en el trato al cliente, con profesionales en constante reciclaje con cursos de formación a través de los programas de nuestras Escuelas de Formación-, es otro de nuestros grandes valores. Y por supuesto, el precio. Nuestros



clientes tienen la tranquilidad de que en las tiendas de El Árbol van a encontrar la mejor relación calidad/precio/atención posible.

Es importante destacar que el 45 por ciento de nuestras ventas proviene de la distribución de productos frescos y el 55 por ciento de los llamados productos no perecederos, con un importante crecimiento de secciones como perfumería y bazar, mientras que nuestras marcas propias Super y My son sinónimo de calidad al mejor precio y representan el 28 por ciento de las ventas.

Otro motivo de satisfacción de este Informe Anual es la presentación de un modelo de supermercado atractivo y funcional, nuestra tienda de presente y futuro, una tienda que amplifica los valores de Grupo El Árbol y el servicio a nuestros clientes. Hemos inaugurado un supermercado atrevido, innovador, pensado por y para los usuarios, con la mirada puesta en el futuro y con una propuesta de compra única en calidad y precio. Nuestros clientes hacen su compra de

manera más fácil, cómoda y agradable, con la libertad total de elección de marcas y productos, y con la atención a la carta de nuestros profesionales.

Confianza de nuestros clientes

En un escenario económico general muy complicado, la combinación de este modelo de supermercado con

una política de fidelización basada en las grandes ventajas de ahorro que ofrece a los clientes la tarjeta Superclub, con promociones continuas y en una oferta en constante adaptación a las necesidades del consumidor, hacen que la respuesta de nuestros clientes se caracterice por una palabra, **confianza**. Así, nuestro foco va a continuar centrado en mantener y aumentar esta confianza en todo momento con un mejor servicio al mejor precio. En esta línea, estamos finalizando la remodelación de nuestras tiendas y formando a nuestros equipos para que redoblen esfuerzos en la mejora de la atención.

En cuanto al sector, me gustaría destacar el dato de que ocupamos el décimo lugar en el ranking de las empresas de distribución en España. Contamos con 452 tiendas -421 Supermercados El Árbol y 31 **cash&carry** Max Descuento en 12 comunidades autónomas. Y una superficie comercial de 320.940 m2. Nuestros 7.000 profesionales forman un equipo capaz, en constante formación, reciclaje y aprendizaje.

Precisamente, la Formación ha sido, un año más, aspecto fundamental para nosotros. Apostamos por la actualización de los conocimientos de los profesionales y la permanente mejora de su cualificación, con especial atención a la motivación en el trabajo diario. La seguridad es otro de los aspectos en los que no escatimamos esfuerzos y recursos. Seguridad y Salud Laboral se escriben con mayúsculas en Grupo El Árbol

Grupo El Árbol continúa profundizando en un planteamiento formal de la RSC a través de una Comisión ad hoc que desde el año 2005 trabaja en base a los principios orientativos y directrices reconocidos internacionalmente como fundamentales –dictámenes de la OCDE, los diez principios de la iniciativa del Pacto Mundial de Naciones Unidas, la política social de OTT y los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre Empresa y Derechos Humanos. En 2012, El Árbol celebró una jornada de trabajo en Aragón con el lema ‘Comprometidos con la Sostenibilidad’, en la que participaron 250 personas entre trabajadores, proveedores y consumidores.

Por último, quiero agradecer a trabajadores, clientes, proveedores, accionistas, administraciones e instituciones, y a todos aquellos que forman parte de esta realidad llamado Grupo El Árbol, su colaboración, su esfuerzo y sobre todo, su confianza.

Muchas gracias y bienvenidos

Juan Pascual

- Nuestra tarjeta de presentación
- Una mirada al futuro
- Tu satisfacción es nuestra sonrisa
- Carta del presidente
- Carta del consejo delegado
- Principales magnitudes
- Supermercados El Árbol
- Productos frescos
- Super y My
- Fidelización
- Calidad y clientes
- Cash&carry
- El Árbol en Social Media
- Tecnología
- Recursos humanos
- Seguridad y salud laboral
- Gestión responsable

Principales magnitudes

Equipo Directivo

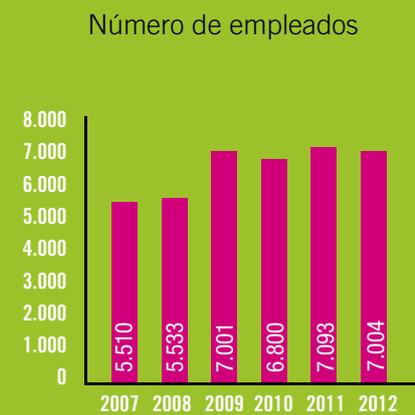
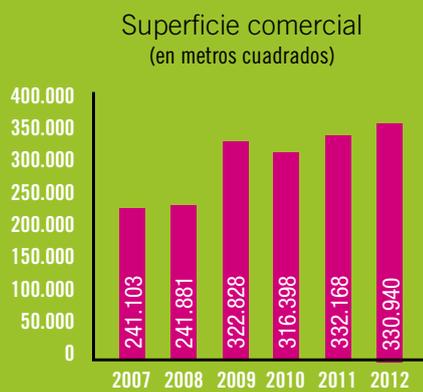
Juan Pascual	Consejero Delegado
Juan Carlos Rebollo	Director General Económico Financiero
Elena Donate	Directora Marketing
Elena Cid	Directora Calidad y Clientes
Alfonso Jaén	Director Marcas Propias
Joaquín Bañuls	Director Cash&carry
Fernando Pardo	Director Adquisiciones e Integraciones
Francisco Mañoso	Director Desarrollo
Vicente Máñez	Director Ventas
Esteban Sánchez	Director Compras
José Manuel Martín	Director Compras Frescos
Gerardo de la Fuente	Director Administración
Miguel Lagunas	Director Logística
Valeriano González	Director de Recursos Humanos

Accionariado 2012

Madrigal Participaciones	40%
Empresarios Integrados	20%
CAI	8%
Castellana de Capital Inversión	30%
Acciones propias	2%

NÚMERO DE TIENDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

31/12/2012	SUPERMERCADOS	CASH	TOTAL
Andalucía	22	1	23
Aragón	67	1	68
Asturias	101	7	108
Cantabria	16		16
Castilla-La Mancha	2		2
Castilla y León	144	13	157
Comunidad Valenciana	1		1
Extremadura	38	6	44
Galicia	11		11
La Rioja	1		1
Murcia	17	2	19
Navarra	1		1



- Nuestra tarjeta de presentación
- Una mirada al futuro
- Tu satisfacción es nuestra sonrisa
- Carta del presidente
- Carta del consejero delegado
- Principales magnitudes**
- Supermercados El Árbol
- Productos frescos
- Super y My
- Fidelización
- Calidad y clientes
- Cash&carry
- El Árbol en Social Media
- Tecnología
- Recursos humanos
- Seguridad y salud laboral
- Gestión responsable



Supermercados El Árbol

El secreto del éxito

Con el lema *Un nuevo árbol te sorprenderá, atrévete*, Grupo El Árbol inauguró en 2012 un nuevo supermercado en el Centro Comercial Río Shopping de Valladolid. Se trata de un concepto atrevido e innovador, pensado por y para los clientes y con la mirada puesta en el presente, pero también en el futuro y en ofrecer una oferta de compra única a sus visitantes

De esta manera dábamos a conocer el nuevo supermercado en el mes de septiembre, y contábamos que en esta tienda nuestros clientes pueden hacer su compra de manera más fácil, cómoda y agradable, con muchas más opciones y con la libertad total de elección

de productos y marcas. Desde la Plaza de Frescos hasta la Perfumería, pasando por la Bodega, en este concepto hemos diseñado un espacio destinado a promocionar los excelentes Sabores de Nuestra Tierra.

Una experiencia de compra única

La Plaza de El Árbol recupera la esencia de un mercado tradicional de productos frescos donde la calidad, frescura y profesionalidad están por encima de todo. Ofrecemos los mejores productos frescos



Con este nuevo supermercado hemos dado un gran paso para satisfacer aún más las necesidades de nuestros clientes de hoy y del futuro



traídos directamente desde el origen al supermercado.

En la Plaza de Frescos del nuevo Supermercado El Árbol los clientes encuentran espacios preparados especialmente para resaltar y potenciar las secciones habituales

de las tiendas: **Panadería** (pan recién hecho cada 20 minutos), **Frutería** (frutas y verduras seleccionadas en menos de 24 horas de su recolección), **Carnicería** (carne de la máxima calidad preparada por profesionales a la que añadimos la opción de adquirir

producto envasado), **Charcutería** (con más de 100 variedades de quesos de todo el mundo y una amplia selección de embutidos ibéricos, degustaciones, etc.) y **Pescadería** (selección de pescados y mariscos de las principales lonjas del país en menos de 24 horas y servido por nuestros profesionales).

Nuestra Bodega

En la Bodega de El Árbol, los clientes pueden descubrir el vino como placer para acompañar una buena comida, con variedad para todos los gustos y bolsillos, desde joven hasta gran reserva. La Bodega cuenta con un servicio de atención personalizada por profesionales que ayudan a los clientes a escoger el mejor vino para cada ocasión.

- Nuestra tarjeta de presentación
- Una mirada al futuro
- Tu satisfacción es nuestra sonrisa
- Carta del presidente
- Carta del consejero delegado
- Principales magnitudes
- Supermercados El Árbol
- Productos frescos
- Super y My
- Fidelización
- Calidad y clientes
- Cash&carry
- El Árbol en Social Media
- Tecnología
- Recursos humanos
- Seguridad y salud laboral
- Gestión responsable

Perfumería

En el nuevo concepto de tienda El Árbol no podía faltar la Perfumería, donde los clientes pueden disfrutar de los productos de las marcas de siempre o si lo prefieren de la marca propia **My**, cosmética de calidad al mejor precio.

La sección ofrece una especial importancia a los productos de cui-

dados del bebé, todo lo necesario para su higiene y alimentación. Además, las instalaciones están pensadas y acondicionadas para que la compra con niños sea más fácil: pasillos anchos, carros con asientos especiales para niños y bebés y ludoteca disponible en el centro comercial.

Sabores de Nuestra Tierra

No podía faltar este espacio en el nuevo concepto de tienda de El Árbol. La compañía se identifica plenamente con iniciativas como las impulsadas por Castilla y León con **Tierra de Sabor**, y las de todas las comunidades autónomas en las que tiene presencia y liderazgo.

Aperturas

Junio, nueva tienda en Berja (Almería)

Septiembre, nueva tienda en el C.C. Río Shopping (Valladolid)

Cambio de imagen

51 tiendas en León y Ponferrada

50 tiendas en Asturias

27 tiendas en Castilla y León

7 tiendas en Badajoz



El Árbol Drive
 El Árbol Drive, servicio por el que el cliente recoge en un punto del aparcamiento su compra a la hora que lo desee, dentro del horario de apertura

Hitos de 2012

Enero	Vuelve la campaña de ahorro <i>En El Árbol se han vuelto locos</i>
Febrero	Aniversario tarjeta Superclub – 1 millón de hogares fidelizados
Marzo	Celebración del <i>Día de El Árbol</i>
Junio	Gran promoción productos frescos Un cliente viaja a la Eurocopa con la promoción de El Árbol
Julio	El Árbol celebra con sus clientes <i>El día sin IVA</i>
Agosto	Primeras becas para madres Promoción especial <i>Yo apuesto por Palencia</i>
Septiembre	Inauguración Supermercado El Árbol en CC Río Shopping de Valladolid Aniversario de El Árbol con la promoción <i>La Super Combo</i>
Noviembre	Jornada de Responsabilidad Social Corporativa en Aragón
Diciembre	<i>El Árbol de las Sonrisas</i> , en colaboración con la Fundación Theodora



Productos frescos

Con total confianza

El cliente nos reconoce como especialistas en productos frescos variados y de calidad, al mejor precio posible, y esta es una clave de nuestro éxito

Un año más, los **productos frescos** han vuelto a ser protagonistas en nuestras tiendas. De hecho se han convertido en uno de nuestros principales valores diferenciales, junto a la calidad, el precio, la cercanía y la profesionalidad.

En Grupo El Árbol la elección de producto fresco la realizan los

profesionales de compras y calidad. Se controla de forma precisa la cadena de frío y se fijan con exactitud las entregas de producto en las tiendas. Nuestra red de tiendas hace el resto. Por eso estamos en condiciones de ofrecer a nuestros clientes un producto de la máxima calidad y fresca al mejor precio.

Para El Árbol, los productos frescos son una clave de nuestro éxito. El cliente nos reconoce como especialistas por la variedad y calidad en este tipo de productos, al mejor precio posible.

Carne a gusto del consumidor, con disponibilidad de producto de cada región, con el corte pre-



ferido, con una oferta variada... Este es el servicio que el cliente encuentra en la plaza de nuestras tiendas. Y, por supuesto, **pescado y marisco frescos** para todos los gustos y necesidades. Sin olvidar un extenso surtido de **frutas y verduras** frescas seleccionadas cuidadosamente y presentadas con esmero.

Super y My

El valor de nuestras marcas

Durante 2012 se ha producido un importante crecimiento de facturación de nuestras marcas propias, debido a la tendencia general del mercado y a la consolidación del surtido.

La participación de MMPP en las ventas de la compañía (sin productos frescos) ha sido del

24,10%, lo que ha supuesto un crecimiento respecto a 2011 de 2,3 puntos.

En 2012 hemos realizado el rediseño de todo el *packaging* de la marca **Super**, que se ha extendido a 1.100 referencias. Respecto a **My**, nuestra marca de perfumería, continúa su tendencia de creci-

miento desde su creación, tanto en facturación como en número de referencias, que ya son 106.

Los cambios realizados en el *packaging* nos han permitido mejorar la visibilidad de nuestro producto en los lineales e incrementar la calidad de la información dirigida a nuestros clientes.

Las marcas propias de El Árbol, sinónimo de calidad al mejor precio, han supuesto el 24,1% de las ventas en 2012



Nuestra tarjeta de presentación

Una mirada al futuro

Tu satisfacción es nuestra sonrisa

Carta del presidente

Carta del consejo delegado

Principales magnitudes

Supermercados El Árbol

Productos frescos

Super y My

Fidelización

Calidad y clientes

Cash&carry

El Árbol en Social Media

Tecnología

Recursos humanos

Seguridad y salud laboral

Gestión responsable



Fidelización

Apostamos por ti. ¿Te atreves?



El **cliente** es la razón de ser de Grupo El Árbol y por eso nuestra apuesta pasa por ofrecerle cada día el mejor servicio posible y ganar su confianza. Desde el Departamento de Marketing de la compañía, y en coordinación con el resto de departamentos, trabajamos en profundidad en la fidelización de nuestros clientes. Esta es nuestra apuesta.

En 2012, el número de hogares fidelizados superó la cifra del millón, concretamente 1.084.843 hogares. Durante el año, la compañía entregó 83.000 nuevas tarjetas **Superclub** a clientes que la solicitaron.



Nuestra tarjeta de presentación
Una mirada al futuro
Tu satisfacción es nuestra sonrisa
Carta del presidente
Carta del consejero delegado
Principales magnitudes
Supermercados El Árbol
Productos frescos
Super y My
Fidelización
Calidad y clientes
Cash&carry
El Árbol en Social Media
Tecnología
Recursos humanos
Seguridad y salud laboral
Gestión responsable

Todo son ventajas para los clientes con la tarjeta **Superclub**. Además, las familias numerosas se benefician siempre de un 2% de descuento. Y nuestros clientes Oro obtienen ventajas especiales al acumular 3.000 puntos en un cuatrimestre.

Los clientes con tarjeta **Superclub** se han ahorrado en 2012 más de 3 millones de euros en vales de 3,01 euros por el hecho de acumular puntos en sus compras, otros 2 millones de euros más en cupones descuento de productos habitua-

les y 7,5 millones de euros en promociones especiales exclusivas para clientes de El Árbol.

Promociones especiales

Pero además, en Grupo El Árbol hemos realizado otras actuaciones especiales también en beneficio de nuestros clientes.

Así, empezamos “a volvernos locos” el 31 de enero de 2012 y devolvimos a nuestros clientes el importe de sus compras de ese día. Después vino el **Día sin IVA** y la promoción especial de vera-

no para los más peques con **El Mundo Animal**. Una gran aceptación tuvo la convocatoria de las primeras **Becas para Madres** y las campañas específicas en zonas, como por ejemplo **Palencia con Corazón**.

En la sección de Social Media del Informe anual explicaremos con más detalle aspectos relacionados con la renovación digital de El Árbol, la presencia en Facebook, Twitter o la prevista en YouTube, así como del lanzamiento del **Canal El Árbol de Televisión**.



Los clientes Superclub de El Árbol han ahorrado 12,5 millones de euros en 2012

Por último queremos destacar servicios muy especiales, como **El Árbol Drive** puesto en funcionamiento en el Supermercado El Árbol situado en el centro comercial Río Shopping de Valladolid. El cliente puede elegir recoger su compra en el punto fijado en el parking a la hora que indique, dentro del horario de apertura. Solo hay que avisar a través de un interfono y en cinco minutos la compra está en el coche del cliente.

Apostamos por la fidelización

- Porque conociendo a fondo el comportamiento, los gustos y necesidades de nuestros clientes, podemos ofrecerles promociones y ventajas personalizadas que realmente les satisfagan.
- Porque nos permite rentabilizar y medir la inversión que realizamos en cada una de las acciones.
- Porque permite al cliente ahorrar en lo que más le interesa, algo muy valorado por el más de un millón de usuarios de la tarjeta Superclub.

En 2012, la compañía entregó 85.000 nuevas tarjetas Superclub a clientes que la solicitaron

COMPRA GRATIS!!



Calidad y clientes

En constante movimiento

Calidad

Desde la firma inicial por parte de Grupo El Árbol del decálogo contra el desperdicio alimentario impulsado por AECOC, la compañía se comprometió activamente para aportar nuevas ideas que sustenten este compromiso.

Así, se ha actualizado la guía interna de **Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos (APPCC)** y se ha elaborado, además, una guía para la mejora en la gestión de la vida útil de los alimentos. Esta normativa interna incluye un sencillo pero eficaz sistema infor-



matizado de gestión de fechas de caducidad en tiendas y almacenes que garantiza que la cantidad de alimentos que se desechan es la mínima, además de mejorar la gestión interna y asegurar al cliente que lo que compra tiene la mayor frescura posible.

Clientes

Se han realizado 100 reuniones con clientes y no clientes, con el objetivo de informar y de mantener una “escucha activa” de ideas, opiniones y sugerencias. De esta forma hemos llegado de manera directa a 4.800 consumidores, lo que supone un incremento del 30% respecto al año 2011. Los planes de acción puestos en marcha tras estas sesiones demuestran que el cliente es el centro de trabajo diario de los equipos de Grupo El Árbol.

El **cliente misterioso** informó de las 1.650 visitas realizadas en supermercados, lo que permite ver las tiendas “con ojos de cliente y sin excusas”. La compañía descubre así las verdaderas fortalezas, pero también las debilidades, sobre las que incidir con un mayor esfuerzo para conseguir la mejora continua.

La gestión de reclamaciones y sugerencias recibidas es una tarea diaria y personalizada para cada caso, independientemente de que estas reclamaciones y sugerencias lleguen vía postal, por email, teléfono o a través de las redes sociales. Se han recibido y respondido más de 1.700 en 2012. La resolución rápida y eficaz ha sido destacada por los clientes y reconocida con numerosos agradecimientos.

Nuestra tarjeta de presentación

Una mirada al futuro

Tu satisfacción es nuestra sonrisa

Carta del presidente

Carta del consejero delegado

Principales magnitudes

Supermercados El Árbol

Productos frescos

Super y My

Fidelización

Calidad y clientes

Cash&carry

El Árbol en Social Media

Tecnología

Recursos humanos

Seguridad y salud laboral

Gestión responsable



Cash&carry

La enseña Max Descuento

Los acuerdos alcanzados con asociaciones de hostelería y una oferta comercial muy ajustada nos han permitido incrementar el número de activos y un 3% la cifra de ventas

El año 2012 ha venido determinado por la continuación del contexto de crisis de consumo, que ha afectado especialmente a nuestro núcleo más importante de clientes, que se sitúa en el sector de hostelería y especialmente a la hostelería de noche.

Así pues, observamos en este sector un decrecimiento tanto en el volumen de negocio como de número

de establecimientos abiertos, que ha visto cómo se reducían debido tanto a los problemas de rentabilidad y consumo como de contracción del crédito por parte de proveedores y entidades financieras. Un panorama realmente complejo, en un país donde el sector de hostelería representa una parte importante, tanto de generación de PIB como de mantenimiento de empleo.

No obstante, la línea de *cash&carry* de Grupo El Árbol ha superado con nota este contexto, diversificando su portfolio de clientes, actuando intensivamente tanto en el sector de colectividades y clientes institucionales como con el desarrollo de acuerdos sectoriales de carácter local y/o provincial con *asociaciones de hostelería* (Asturias, Salamanca, Valladolid, Badajoz), *profesiona-*



les del sector de confitería, panadería, etc.

Estos acuerdos, junto con una oferta comercial muy ajustada, nos han permitido incrementar considerablemente el número de clientes activos y, como resultado final, tener un **incremento del 3%**

en la cifra de ventas y el mantenimiento de unos niveles adecuados de rentabilidad.

Hemos continuado con nuestra política de años anteriores de renovación de nuestra red de cash, impulsamos nuevos canales de venta, tanto a través de ventas

estratégicas y a través de nuestro **cash central**, que opera con clientes de toda la geografía nacional, como con el apoyo a nuestra red de ventas con el **call center**, que se puso en marcha el año 2010. En resumen un año complicado, pero positivo en cuanto al resultado final y al trabajo realizado.



DESCARGA AQUÍ TU CUPÓN PARA ESTA SEMANA
 Conéctate de calidad al precio que tú quieres.

Tu experta en nutrición
 Sabemos que la alimentación te preocupa, por eso ponemos a tu disposición los consejos de Marián, nuestra experta en nutrición.

Regístrate

En portada

Noticias de interés
 El Arbol apoya la actividad del Museo Estación Vicente con un convenio que beneficiará a clientes de Cyl.

Más noticias

Dietas personalizadas
 Solicitar dieta

Actividad de la comunidad
 martes, 02 de abril de 2013
 nutridorita ha realizado un comentario en el post Re-Repostería más ligera y sana

martes, 02 de abril de 2013
 Con la tarjeta



Menús saludables

Menú semanal ligero y equilibrado
 Menú semanal saludable con el 50% de proteínas
 Menú de dieta para adelgazar para mujeres en embarazo
 Menú semanal Super Arbol

El año de la renovación digital

El Árbol en *Social Media* y en la red

Continuamos contactando directamente y dialogando con nuestros clientes a través de redes sociales

La compañía continúa con su estrategia de contactar directamente y dialogar con sus clientes a través de redes sociales. En 2012 alcanzamos los 10.500 fans en *Facebook* y ya hemos sobrepasado los 2.000 seguidores en *Twitter*.

Uno de los hitos más importantes del año ha sido la renovación de la web de la compañía www.grupoelarbol.com, que se ha adaptado más y mejor a las necesidades de los usuarios de forma más atractiva y sencilla, con la incorporación de imágenes y haciendo hincapié

en servicios tan importantes que presta la compañía como es el de nutrición, a través de la Comunidad de Nutrición –dietas, blog, consultas, recetas, etc.

Canal El Árbol TV y YouTube
 Otro paso importante ha sido la creación del Canal El Árbol TV, canal propio que se puede visualizar en todas nuestras tiendas a través de diversas pantallas situadas en puntos estratégicos. Durante este año, El Árbol TV también llegará a YouTube para que sus contenidos sean accesibles a todos los usuarios.



Tecnología

Horizonte 2013



Desarrollamos proyectos que permiten mejorar la eficiencia interna en procesos clave como la integración de las ventas y la gestión del stock de productos

En 2012, Grupo El Árbol ha continuado el desarrollo del Plan Estratégico de Sistemas denominado **Horizonte 2013**.

Desde el convencimiento de que la tecnología aplicada al servicio del negocio genera competitividad, la compañía ha mantenido su apuesta firme por el desarrollo tecnológico. Para ello se han estandarizado los procesos como vía para obtener un modelo tecnológico exportable que facilite

la integración de negocios y el crecimiento de Grupo El Árbol.

Conforme a lo previsto en el **Plan Director de Sistemas**, se han desarrollado proyectos que permiten mejorar la eficiencia interna en procesos clave como la integración de las ventas, la gestión del stock de productos y el plan promocional que ofrece

máximo ahorro para nuestros clientes. También se han desarrollado otros proyectos pensando en el futuro, como el fortalecimiento de la Plataforma de Sistemas con fórmulas de *cloud* privadas en modo servicio y pago por uso.



Recursos Humanos

Nuestro principal activo



Desde el Departamento de Recursos Humanos trabajamos a diario para incrementar la motivación de nuestros profesionales

Formación

La formación ha sido, un año más, aspecto fundamental para nosotros. El departamento de Formación de Grupo El Árbol apuesta por la actualización de los conocimientos de los profesionales y la permanente mejora de la cualificación de los profesionales de

la compañía. Además trabajamos para incrementar la motivación profesional en el trabajo diario.

Durante el año 2012, la compañía ha impartido formación a 5.768 colaboradores, con una media de 13,65 horas por persona y año. El 94% de estas acciones forma-

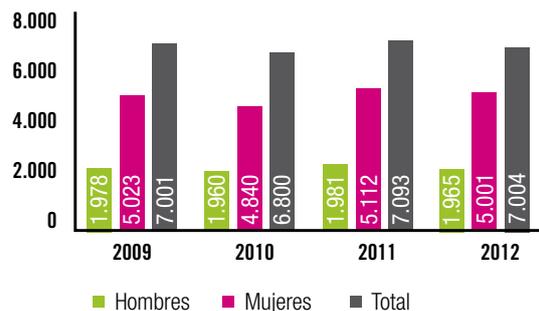
tivas se ha dedicado al colectivo de punto de venta, con un total de 498 acciones formativas.

En cuanto a la **formación ocupacional**, y desde nuestras Escuelas de Formación, contribuimos a que las personas desempleadas adquieran una capacitación profesio-



nal y social que les permita incorporarse con éxito al mercado laboral, así como a que amplíen sus capacidades básicas para proseguir su formación en el oficio.

El Árbol ha preparado a 218 personas en los distintos puestos que componen un punto de venta, para lo que se han realizado un total de **2.479 horas de formación práctica o en el terreno**. De este colectivo, 41 personas se han incorporado a la compañía.





Seguridad y Salud Laboral

Prevención y formación

SEGURIDAD Y
SALUD LABORAL
se escriben con
mayúsculas

El **Servicio de Prevención** continúa desarrollando acciones de mejora en todos los ámbitos preventivos. Todo ello con objeto de mejorar las condiciones de trabajo, reducir la siniestralidad laboral y aumentar el bienestar de las personas que integran la compañía. Además contribuye a un aumento de la eficiencia y de la productividad.

Equipos de trabajo y equipos de protección individual

En relación a equipos de trabajo, seguimos como en años anteriores incorporando transpaletas eléctricas en los camiones de reparto de mercancías para realizar la des-

carga en los puntos de venta en mejores condiciones.

Por otro lado, tras un estudio con varios modelos de botas para los dependientes de pescadería, el SPRL ha homologado una bota de poliuretano, de color azul, con suela antideslizamiento (certificación SRC), con puntera de seguridad, resistente a aceites y grasas y termoaislante en un rango de temperaturas de entre 100 y -20 grados centígrados.

Integración

Tras los buenos resultados en 2011 de la **Campaña de Comu-**

nicación e Información de PRL, que formaba parte de las acciones para fomentar la integración de la prevención en todos los niveles jerárquicos de la compañía, se ha continuado con ella durante el año 2012. Se enviaron comunicados a los centros con información importante sobre diferentes asuntos relacionados con la seguridad y la salud.



Enero	Seguridad vial
Febrero	¿Qué hacer en caso de accidente?
Marzo	Simulacros
Abril	Extintores
Mayo	Limpieza jamón
Junio	Uso del cúter
Julio	EPIS
Agosto	Recibí zapato
Septiembre	Manual manipulación cargas
Octubre	Limpieza herramientas de corte
Diciembre	Caída a distinto nivel



Siniestralidad

Como resultado del buen hacer en prevención desde la comunicación, formación, concienciación, etc., en 2012 se han reducido los accidentes laborales y las enfermedades profesionales considerablemente. Así, el porcentaje de incidencia se ha reducido en un 38,79% respecto a los resultados obtenidos en 2011.

- Nuestra tarjeta de presentación
- Una mirada al futuro
- Tu satisfacción es nuestra sonrisa
- Carta del presidente
- Carta del consejero delegado
- Principales magnitudes
- Supermercados El Árbol
- Productos frescos
- Super y My
- Fidelización
- Calidad y clientes
- Cash&carry
- El Árbol en Social Media
- Tecnología
- Recursos humanos
- Seguridad y salud laboral



Grupo El Árbol forma parte de la Red Española del Pacto Mundial y participa con compromiso voluntario en la Estrategia Aragonesa de Cambio Climático y Energías Limpias

Gestión responsable

Comprometidos con la Sostenibilidad

Grupo El Árbol continúa profundizando en un planteamiento formal de la **Responsabilidad Social Corporativa** a través de una comisión *ad hoc* que, desde el año 2005, trabaja en base a los principios orientativos y directrices reconocidos internacionalmente como fundamentales en esta acción. Nos referimos a los dictámenes de la OCDE, los diez principios de la iniciativa del Pacto Mundial de Naciones Unidas, la política social de la OIT y los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre Empresa y Derechos Humanos.

Si entendemos la RSC como la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad, es evidente que este concepto solo puede ser aplicable desde un cumplimiento estricto de la legalidad y llevando a cabo, entre las partes interesadas, un proceso destinado a integrar las preocupaciones sociales, medioambientales y éticas al respecto de los derechos humanos, las preocupaciones de los consumidores y la creación de valor para la empresa.

Comisión de RSC

Nuestra comisión *ad hoc* trabaja para adoptar un planteamiento estratégico que contribuya, en su ámbito, al bienestar social y a la creación de empleo de mayor calidad y más productivo. A través de sus reuniones periódicas celebradas durante el año 2012 ha analizado, en el ámbito interno, aspectos como el respeto a los derechos humanos, las prácticas de trabajo y empleo con especial atención a la formación, la diversidad, la igualdad de género, la



salud y el bienestar de los trabajadores. Otros aspectos analizados han sido la biodiversidad, el cambio climático, el uso eficiente de los recursos, la prevención de la contaminación y la lucha contra el fraude y la corrupción.

La Comisión de RSC de Grupo El Árbol evalúa periódicamente, dentro de la empresa, los indicadores adecuados que se establecen en la práctica y puestos de manifiesto por la Comisión Europea en octubre de 2011, con un

doble objetivo: maximizar, por una parte, la creación de valor para la empresa y la sociedad, y, por otra, intentar identificar, prevenir y disminuir los posibles impactos negativos de la actividad empresarial en los campos medioambientales y en todos aquellos que son objetivos de la RSC.

Papel de nuestra Comisión de RSC es también difundir entre los grupos de interés los principios de la Red Española del Pacto Mundial. En este sentido hemos de

referirnos a la jornada de trabajo que, con el título “Comprometidos con la Sostenibilidad”, celebró Grupo El Árbol en Zaragoza el 30 de noviembre de 2012 en la que participaron 250 personas entre trabajadores, proveedores y consumidores. En la jornada se analizaron los retos que el compromiso con la sostenibilidad plantea a empresas como la nuestra y se debatió sobre las herramientas más adecuadas que nos conducen a ello, siempre en colaboración con las partes interesadas.

- Nuestra tarjeta de presentación
- Una mirada al futuro
- Tu satisfacción es nuestra sonrisa
- Carta del presidente
- Carta del consejero delegado
- Principales magnitudes
- Supermercados El Árbol
- Productos frescos
- Super y My
- Fidelización
- Calidad y clientes
- Cash&carry
- El Árbol en Social Media
- Tecnología
- Recursos humanos
- Seguridad y salud laboral
- Gestión responsable

Actuaciones destacadas

Entre las muchas actuaciones realizadas dentro del Plan de RSC de Grupo El Árbol en 2012 destacan algunas como: servicio a domicilio gratuito a determinados colectivos (discapacitados, embarazadas, club de los 60), descuentos especiales (familias numerosas), potenciación de la información a clientes y consumidores, desarrollo de actuaciones en prevención de riesgos laborales, actividades de difusión cultural Amigos del Museo del Patio Herreriano (Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León), actividades de apoyo a colectivos desfavorecidos (campana kilo, campana “Un juguete una Ilusión”, Fun-

dación Theodora), celebración de jornadas de RSC en Aragón, charlas ciclo nutrición impartidas por especialistas en endocrinología y nutrición, colaboración con la campaña de AECOC contra el desperdicio de alimentos y mejora interna de la gestión de la vida de los alimentos, utilización de lámparas de bajo consumo, utilización de bolsas reutilizables en las tiendas y cambio de instalaciones de iluminación LED y TM5.

Nota: El presente Informe de RSC de Grupo El Árbol ha sido realizado por don **Emilio Eiroa García**, que desde su buen hacer ha contribuido de forma definitiva a que hoy Aragón sea una zona de desarrollo sostenible para la compañía y de servicio de distribución alimentaria de calidad para su población. Don **Emilio** cuenta con nuestro reconocimiento y con nuestro recuerdo más entrañable.



Un paso adelante... en acción social

Contra la pobreza y exclusión social

Cuando los empleados de El Árbol conocieron la noticia de que el número jugado en la Lotería de Navidad había sido premiado con un reintegro decidieron donar el importe íntegro al *Proyecto de Cruz Roja* contra la pobreza que en la actualidad trabaja con 250 personas en riesgo de exclusión social. El Árbol entregó un cheque por valor de 17.300 euros a Cruz Roja Española en Castilla y León.

Políticas de sostenibilidad en los supermercados

La Consejería de Fomento y Medio Ambiente, a través de la Fundación del Patrimonio Natural de Castilla y León, y El Árbol firmaron un acuerdo de colaboración para el establecimiento de políticas de sostenibilidad en los supermercados del Grupo. El convenio recoge hasta 35 puntos de actuación, desde la confección de una guía de criterios de sostenibilidad en la ubicación y diseño de supermercados hasta la promoción de productos respetuosos con el medio ambiente o la información sobre productos de agricultura ecológica.

El Día del Árbol 2012

Como es tradicional, la compañía celebró el Día del Árbol en Valladolid, con una replantación en el Parque de las Contiendas, inaugurado oficialmente ese mismo día. Más de 100 niños de los colegios San Viator y Alcazarén de Valladolid, de entre 12 y 13 años, se desplazaron hasta el Parque de las Contiendas para contribuir a la replantación de 2.000 árboles de diversas especies, compartir una *Jornada de Educación Medioambiental* y un almuerzo en grupo con sus educadores.

Primeras becas para madres

Supermercados El Árbol ha querido reconocer la labor que realizan las mujeres como

eje fundamental del ahorro familiar con las primeras becas para madres. En 2012 se entregaron 10 becas dotadas con 3.000 euros cada una –300 euros al mes en vales de compra de Supermercados El Árbol durante todo el curso escolar 2012/2013– y 10 accésit de 1.000 euros –100 euros al mes durante el mismo periodo (10 meses)–. Con estas becas, El Árbol premia el esfuerzo diario de las madres por cuidar de su familia y rentabilizar el presupuesto familiar buscando los productos de mayor calidad al mejor precio, especialmente en un momento como el actual.

El árbol de las sonrisas

Conceptos como la generosidad y la solidaridad se han convertido en valores que no se deben dejar de lado en momentos tan difíciles como el actual. El Árbol, consciente de ello, ha lanzado la campaña “*El árbol de las sonrisas*”, una iniciativa que, en colaboración con la Fundación Theodora –organización sin ánimo de lucro que humaniza la estancia de niños y adolescentes hospitalizados– pretende conseguir la sonrisa de los niños estas Navidades.

Ayuda humanitaria de 65.345 kilos de alimentos

Un año más, Grupo El Árbol ha conseguido recoger, en tiempo récord, más de 65.345 kilos de alimentos básicos para el Banco de Alimentos y diferentes ONG como Caritas, Cruz Roja o Reto, entre otras. Durante los meses de noviembre y diciembre, Grupo El Árbol habilitó varios puntos de recogida en sus supermercados de España para que todos los interesados en colaborar con la causa pudiesen realizar las donaciones en sus establecimientos habituales. El Árbol ha suscrito en 2012 la iniciativa puesta en marcha por la Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores (AECOC) que tiene por objeto el aprovechamiento de los alimentos.

Nuestra tarjeta de presentación

Una mirada al futuro

Tu satisfacción es nuestra sonrisa

Carta del presidente

Carta del consejero delegado

Principales magnitudes

Supermercados El Árbol

Productos frescos

Super y My

Fidelización

Calidad y clientes

Cash&carry

El Árbol en Social Media

Tecnología

Recursos humanos

Seguridad y salud laboral



El presente Informe anual resume la actividad
y los principales hitos de Grupo El Árbol durante 2012.
También tiene a su disposición la web de la compañía

www.grupoelarbol.com

Si lo desea, también puede seguirnos a través de

Facebook Supermercados El Árbol
y en Twitter @superelarbol

facebook

twitter



www.grupoelarbol.com

Coordinación, contenido, diseño y producción: DQ Asociados

Fotos: Jesús Umbría

Video: Estudio Chimeno



POLÍGONO ARGALES
CALLE FORJA, 6
TEL.: +34 983 41 35 00
FAX: +34 983 41 35 01
47008 VALLADOLID
ESPAÑA

