



# Responsabilidad Social Empresarial

---

El cliente	68
Capital humano	76
Los proveedores	86
Medio ambiente	90
Integración en la sociedad	96
Fundación Ramón Areces	102
Aportación a la Renta Nacional	104



El Grupo entiende la RSE como un engranaje que afecta a todas las áreas de la organización, de modo que los conceptos y requerimientos que se exigen a una empresa socialmente responsable calen a todos los niveles de la compañía y sean asumidos por la organización en su conjunto

El Grupo El Corte Inglés concibe la Responsabilidad Social Empresarial como un fundamento básico de la empresa integrado en su propia estrategia de gestión. A lo largo de sus más de setenta años de historia, la compañía ha mantenido constante su empeño por ser una empresa responsable y vinculada al entorno, al mismo tiempo que ha sabido adaptarse a las nuevas necesidades y demandas de la sociedad, y a las exigencias que conlleva la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

El Grupo entiende la RSE como un engranaje que afecta a todas las áreas de la organización, de modo que los conceptos y requerimientos que se exigen a una empresa socialmente responsable calen a todos los niveles de la compañía y sean asumidos por la organización en su conjunto. Por ello, el Grupo cuenta con un Comité de Responsabilidad Social que está integrado por la alta dirección y en el que están representadas todas las áreas estratégicas y de gestión.

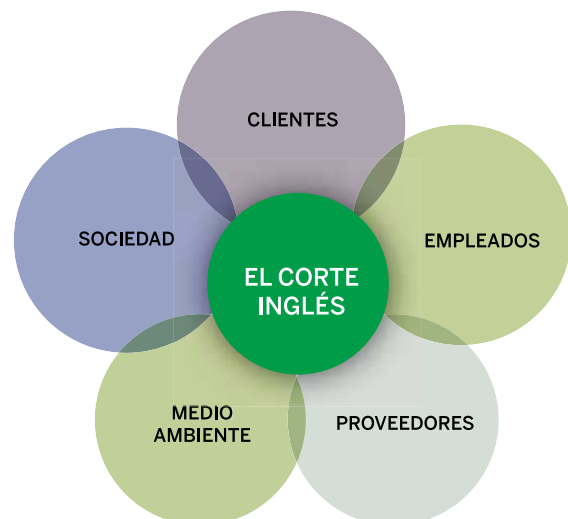


Además, se han constituido grupos de trabajo interdisciplinarios donde se abordan, desde ángulos muy diversos, las diferentes materias relacionadas con la RSE con el fin de dar apoyo y asesoramiento al Comité de Responsabilidad Social. Entre estos grupos figuran el de Medio Ambiente, el de Eficiencia Energética y el de Cadena de Suministro.

Los principios que conforman esta cultura corporativa son:

- Comportamiento ético y responsable en todos los ámbitos de actuación de la compañía, lo que permite establecer un marco de confianza que se extiende a todas las áreas.

- Servicio y calidad con una oferta comercial amplia y diferenciada que nos permite avanzar en el crecimiento de nuestro modelo empresarial.
- Relación constante y fluida con todos nuestros grupos de interés: clientes, empleados, proveedores, accionistas, competidores, organizaciones sociales, instituciones públicas y privadas, el entorno en el que se ubican nuestros establecimientos y la sociedad en general.
- Compromiso de respeto al medio ambiente que tiene reflejo en los diferentes ámbitos de la actividad empresarial.



Todo ello nos sitúa en un camino constante de mejora y de avance hacia la excelencia empresarial, al mismo tiempo que nos permite aunar nuestro objetivo de crecimiento y maximización de los beneficios con el cumplimiento de los compromisos éticos, sociales y medioambientales a los que nos sentimos vinculados.

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

## El cliente

Para el Grupo El Corte Inglés el cliente es el centro de nuestro negocio y el eje sobre el que pivota toda nuestra estrategia comercial. Por eso las acciones que se llevan a cabo están encaminadas hacia un mismo objetivo: lograr la máxima satisfacción de nuestros clientes. Para ello, identificamos sus necesidades, escuchamos sus propuestas y mantenemos una política de adaptación continua a las nuevas demandas y gustos de nuestros clientes en particular y de la sociedad en general.

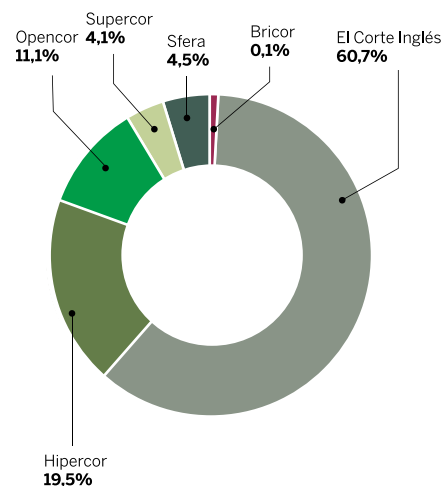
Detrás de todo ello hay una relación de confianza que se ha gestado durante décadas y que seguimos cultivando día a día. Confiamos en nuestros clientes y ellos, a su vez, confían en nosotros. Esta relación está respaldada por el compromiso de garantía que mantenemos de forma visible a través de nuestro lema: “Si no queda satisfecho, le devolvemos su dinero”.

Durante el ejercicio 2009 hemos recibido más de 653 millones de visitas en todas nuestras tiendas. En cuanto al número de usuarios que poseen la tarjeta de compra El Corte Inglés, a 31 de diciembre de 2009, se situaba en casi 11 millones de personas, lo que supone un incremento cercano al 2% respecto al año anterior.



### AFLUENCIA DE LOS CLIENTES A LOS CENTROS

Por formatos





## NUESTROS COMPROMISOS CON EL CLIENTE

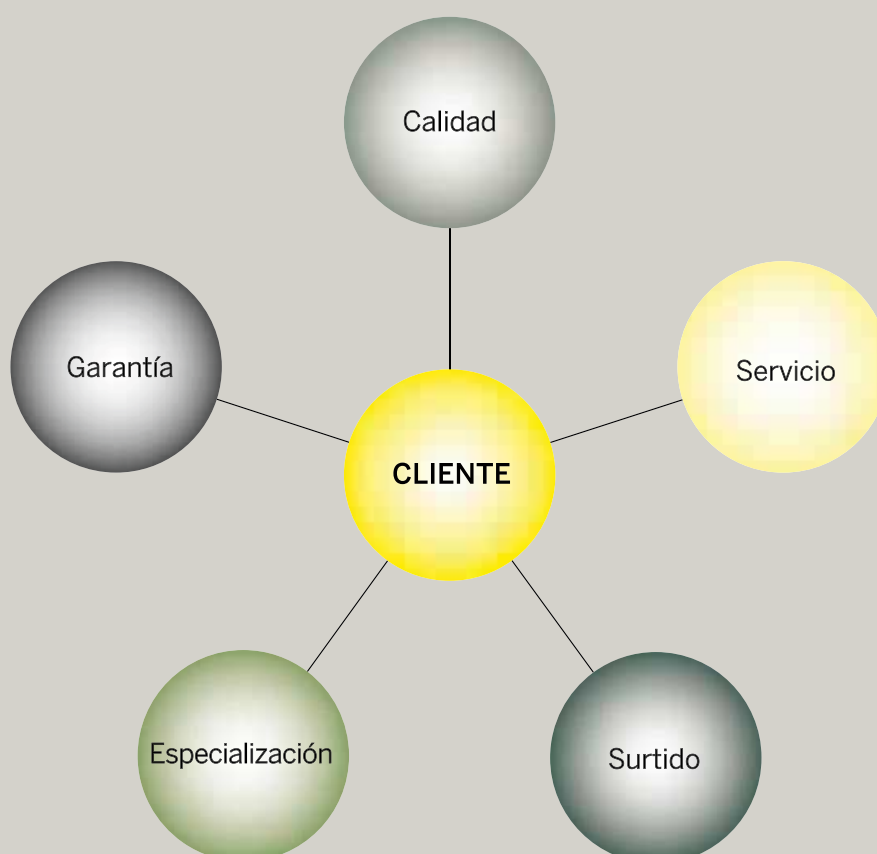
**Calidad.** Comprende todos los ámbitos de actuación, desde el producto o el servicio que se ofrece al cliente, hasta la forma de presentar la mercancía, el entorno y el ambiente que se crea en nuestros establecimientos y los edificios en los que se desarrolla nuestra actividad. Somos un garante de la calidad en todo aquello que ofrecemos, ya sea alimentación, moda y complementos, productos para el hogar o artículos de ocio y entretenimiento.

**Servicio.** La atención personalizada y la relación directa con el cliente es uno de nuestros elementos diferenciadores. Respetamos a nuestros clientes y les dejamos libertad de movimiento en nuestras tiendas, pero también tiene la seguridad de que será atendido por un profesional si así lo desea. A ello se suma una amplia gama de servicios que está en continua renovación y actualización.

**Surtido.** Presentamos una oferta amplia y segmentada por departamentos y categorías para que el cliente pueda decidir libremente. Nuestros establecimientos abarcan una gran variedad de productos y marcas para facilitar esa libertad de elección según los gustos, necesidades y posibilidades económicas de cada persona.

**Especialización.** Nuestro amplio surtido y la preparación de nuestros profesionales nos permite ser especialistas en todo aquello que ofrecemos. Somos especialistas en moda, en perfumería, en electrónica de consumo, en electrodomésticos, en decoración, y en otras áreas que abarcamos a través de empresas especializadas como informática, viajes, bricolaje, óptica...

**Garantía.** Con este compromiso garantizamos el producto y el servicio que ofrecemos a nuestros clientes, y ello les hace sentirse seguros y confiar en nosotros. Es la base de una confianza mutua.



## La comunicación con el cliente

Mantenemos constantemente una comunicación abierta con nuestros clientes. Además de la atención personalizada y de los servicios que se ofrecen en nuestros centros comerciales, también se han establecido otro tipo de canales de comunicación a través de las páginas web, mediante el correo electrónico, por vía telefónica o por mensajes SMS al móvil. La evolución tecnológica está abriendo nuevas posibilidades y oportunidades de relación con el entorno.

Durante el ejercicio 2009, la web de El Corte Inglés recibió más de 98 millones de visitas, lo que supone un aumento del 5,5% sobre el año anterior. Cuenta con unos 2,8 millones de usuarios registrados y 28 tiendas operativas.

También se han lanzado nuevas web corporativas con la intención de intensificar la relación con el cliente y mantenerle informado de todo aquello que le pueda interesar. Se ha creado, por ejemplo, la web de Opencor y, en el caso de Hipercor, además



**En la relación con el mundo infantil hemos creado una nueva página, [www.pitiflu.es](http://www.pitiflu.es), en la que se detallan todas las actividades dirigidas a niños y que se desarrollan en nuestros centros comerciales**



de ser un canal de comunicación, se ha abierto la posibilidad de comprar por internet a través de su web. En la relación con el mundo infantil hemos creado una nueva página, [www.pitiflu.es](http://www.pitiflu.es), en la que se detallan todas las actividades dirigidas a niños y que se desarrollan en nuestros centros comerciales.

El medio digital se ha abierto a las acciones promocionales y de comunicación con la creación de páginas específicas para realizar lanzamientos de moda que se han sumado a las web de marcas propias como Yera, Gloria Ortiz, Lloyd's, Énfasis o Emidio Tucci. Asimismo, nos hemos asomado a nuevos canales como Youtube y a las redes sociales como Facebook.

Para aquellos casos que requieren de una comunicación directa y personalizada con el cliente, se recurre a otras vías como el teléfono. El año pasado se recibieron 3,8 millones de consultas, mientras que los empleados del Grupo realizaron, a su vez, casi 10 millones de llamadas a los clientes. Otras vías de

comunicación son el correo electrónico, a través del cual se recibieron 53.700 consultas, y los envíos de SMS a través del móvil, una vía que se utilizó para mandar más de 553.000 mensajes.

Las nuevas tecnologías también se emplean en las propias tiendas como canales de comunicación con el cliente. Óptica 2000, por ejemplo, ha implantado en sus establecimientos pantallas dinámicas de plasma que sirven para dar mensajes continuos y atractivos de las novedades y promociones que lanza la cadena.

En cuanto a nuestra comunicación publicitaria, la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol), que vela por incentivar la ética y la lealtad publicitaria en beneficio de los consumidores, ha expedido a El Corte Inglés un certificado de responsabilidad social corporativa por sus prácticas habituales en el marco de la publicidad.



Comunicación con el cliente por SMS.



## Respuesta e innovación

El Grupo El Corte Inglés mantiene una estrategia de adaptación continua a las tendencias cambiantes del mercado, lo que pone constantemente a prueba su agilidad y capacidad de respuesta. En este sentido, la innovación es uno de los elementos esenciales. Innovamos en el producto, en el servicio, en la forma de presentar la mercancía.

Una de las acciones más relevantes del ejercicio 2009 fue la creación en El Corte Inglés de Callao, en Madrid, del primer espacio dedicado íntegramente al cuidado personal; además de un SPA, incorpora servicio de masajes, bronceado y tratamientos de belleza personalizados. Entre las propuestas más recientes figura también un nuevo modelo de restaurante que se abrió en El Corte Inglés de Goya, en Madrid, en colaboración con el prestigioso cocinero Martín Berasategui, así como un nuevo espacio denominado Gourmet Experience que combina la degustación con la venta de productos gourmet.

Por otro lado, nuestra marca Aliada, que se lanzó a finales de 2008, está teniendo una buena aceptación por parte de los clientes, percibiéndose como una excelente decisión de compra a precios muy competitivos para productos de alimentación, droguería y perfumería. Durante 2009 se ha incrementado significativamente el número de referencias de Aliada: de las algo más de 200 iniciales, a las 460 disponibles al cierre del ejercicio.

La capacidad de respuesta supone asimismo el desarrollo de nuevas cadenas comerciales como Sporttown, una enseña especializada en calzado deportivo y accesorios de moda deportiva que ha comenzado su andadura en el ejercicio 2009 con buenas perspectivas de futuro.



Gourmet Experience en El Corte Inglés de Goya (Madrid).



Spa en El Corte Inglés de Callao (Madrid).



Plazas de aparcamiento con recarga gratuita para coches eléctricos.

## Hemos sido la primera empresa de distribución en contar con plazas de aparcamiento específicas para coches eléctricos con recarga gratuita para los mismos

Pero esa capacidad de innovación va más allá del producto, el servicio y la oferta comercial. También en el medio ambiente somos capaces de dar respuestas rápidas y ágiles. En 2009 hemos lanzado una colección de bolsas reutilizables con la imagen corporativa de cada una de las enseñas del Grupo con el fin de reducir el consumo de bolsas de plástico, y hemos sido la primera empresa de distribución en contar con plazas de aparcamiento específicas para coches eléctricos con recarga gratuita para los mismos.

También cobra especial importancia la colección de productos para bebés, elaborados con algodón 100% orgánico. La gama cubre desde la ropa de cama y accesorios para el baño hasta canastillas y juguetes. Además, se pueden encontrar otros tejidos naturales como los procedentes del maíz y el bambú en nuestros peluches ecológicos.

Todo ello se enmarca dentro de la política de servicio al cliente que mantiene el Grupo y que le lleva a ofrecer más de 50 servicios diferentes. Uno de los más novedosos es la posibilidad que se ofrece a los clientes que compran por internet de recoger y/o devolver la mercancía en los grandes almacenes de El Corte Inglés.

En esta gama de servicios también se encuentran el envío a domicilio, intérpretes para extranjeros, sastrería a medida, *Personal Shopper* que ofrece un asesoramiento individualizado en cuestiones de moda e imagen, el Servicio Integral de Bodas, o el seguro gratuito de rotura y expoliación con la compra de determinados artículos.

## Un cuidado especial hacia las minorías

Los centros comerciales del Grupo El Corte Inglés tienen una vocación universal en su dedicación al cliente, lo que supone una política comercial capaz de satisfacer a todo tipo de público con independencia de sus gustos o preferencias. Esto significa que también prestamos una atención especial a aquellos colectivos minoritarios que requieren un tipo de producto específico y adaptado a sus necesidades.

En moda, contamos con un amplio abanico de tallaje, incluidas las tallas especiales y las *petite*. Y en alimentación, velamos por garantizar un surtido adecuado a personas con problemas de intolerancia de algún tipo.

Nuestros supermercados ofrecen de forma diferenciada y señalizada productos aptos para celíacos y diabéticos tales como elaborados cárnicos, charcutería especializada, pescados ahumados, quesos, frutos secos e incluso hamburguesas sin gluten. Consciente de las necesidades de estos clientes, en 2009 hemos incrementado de forma notable el número de productos para celíacos hasta superar las 1.500 referencias.

También se ha ampliado la gama de productos sin lactosa, los indicados para diabéticos, bajos en grasa y/o sal, y los ecológicos. Solo en alimentos ecológicos contamos con más de 950 referencias.

Asimismo, mantenemos un continuo respeto hacia las minorías culturales ofreciendo productos dirigidos a dichos colectivos.



**En 2009 hemos incrementado de forma notable el número de productos para celíacos hasta superar las 1.500 referencias**



## SEGURIDAD DEL PRODUCTO

Como empresa socialmente responsable, El Corte Inglés vela por la seguridad y garantía de los productos que comercializa, manteniendo unos altos niveles de exigencia. La seguridad se extiende a todo tipo de artículos, desde las prendas de ropa o la cosmética, hasta los juguetes infantiles o los productos de alimentación. Para ello contamos con la estrecha colaboración de nuestros proveedores y con unos estándares y protocolos que incluyen continuos controles y análisis de productos.

En alimentación realizamos más de 8.000 análisis al año y mantenemos un avance constante en la trazabilidad del producto, lo que permite conocer toda la trayectoria desde el origen hasta el punto de venta, conservando siempre las condiciones de temperatura óptimas.

Además, estamos adheridos a las redes de alertas que existen en el mercado español y que, desde la Administración y las asociaciones empresariales, avisan de cualquier contingencia ocasional promoviendo la retirada del producto cuando hay dudas sobre su garantía o seguridad.

## Percepción e índices de satisfacción

Para el Grupo El Corte Inglés la satisfacción del cliente es uno de los objetivos prioritarios. Por ello contamos con una serie de herramientas internas que nos permite medir la percepción del cliente y su índice de satisfacción en función de diversos parámetros. Este barómetro se elabora semestralmente a partir de las entrevistas que se realizan a nuestros clientes, lo que posibilita introducir mejoras constantes en todas nuestras áreas de actuación. Durante el ejercicio 2009 se han realizado más de 200.000 entrevistas.

Además de este análisis interno que nos permite autoevaluarnos de forma continua y avanzar en el camino de la excelencia, El Corte Inglés es analizado por compañías y organismos ajenos al Grupo. Sus conclusiones ponen de manifiesto que el grado de satisfacción de nuestros clientes está entre los primeros puestos del sector de la distribución, con una alta valoración social y una buena reputación corporativa.



## Capital humano

### PRINCIPALES CIFRAS:

- Plantilla media a jornada completa: 90.240 personas
- Empleo total al cierre del ejercicio: 101.552 personas
  - 63% son mujeres y el 37% hombres
  - 91% tienen contrato fijo
  - Más del 73% a jornada completa
  - 38 años de edad media y 11 de antigüedad media
- 9.174 cursos presenciales, con una media de 11 alumnos y de 14 horas por curso
- 141.786 horas de formación *on-line*
- 1.245 personas fueron promocionadas a puestos de mayor responsabilidad





Para afrontar el panorama económico actual resulta imprescindible aplicar una serie de principios: visión a largo plazo, prudencia en los riesgos, control de costes, eficiencia económica y, sobre todo, una correcta gestión de las personas, pues es la principal fuente para crear valor añadido y diferencial con la competencia.

Nuestra cultura corporativa se caracteriza por la identificación y compromiso de las personas con los objetivos de la empresa, dentro de un entorno orientado al trabajo en equipo. Este es uno de nuestros principios, al igual que lo es el desarrollo de todo el potencial y talento de las personas que integran la organización, dentro de un clima de colaboración y mejora continua.

En este contexto, trabajamos para conseguir una perfecta simbiosis entre la experiencia y el conocimiento de los más veteranos con el avance y las aportaciones de los empleados más jóvenes. Todo ello nos permite seguir siendo un referente a nivel nacional para atraer a los mejores profesionales de cada área.

Dentro de la política de recursos humanos, se ha apostado por el mantenimiento claro y decidido del empleo estable, al mismo tiempo que se han implantado nuevas medidas para aumentar la eficiencia y salvaguardar nuestros niveles de productividad:

- En noviembre de 2009 se acometió una reorganización interna que optimiza jornadas y turnos de horarios, lo que permite reasignar personas a los momentos de mayor actividad

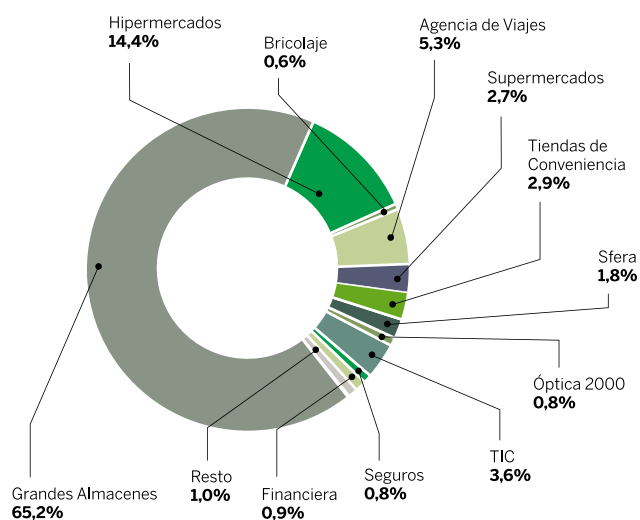
comercial, buscando siempre mejorar la atención y el servicio al cliente.

- Se está potenciando la flexibilización en materia de turnos y horarios, lo que facilita a nuestros empleados la conciliación de su vida profesional y personal.

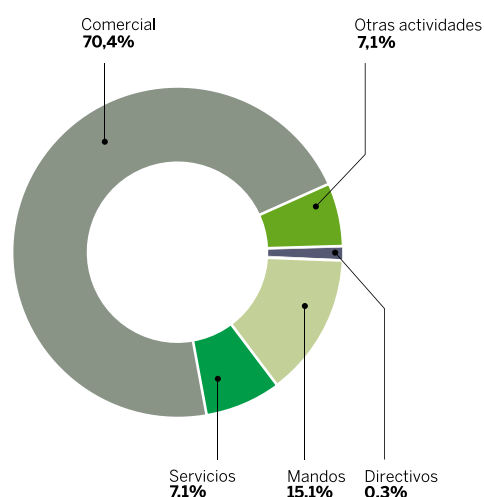
Los siguientes gráficos reflejan la distribución de la plantilla en función de diversos parámetros:

## DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL

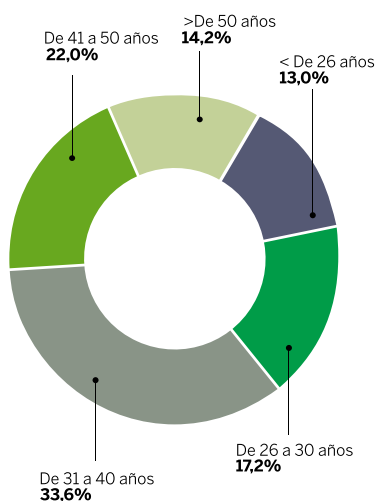
### POR LÍNEAS DE NEGOCIO



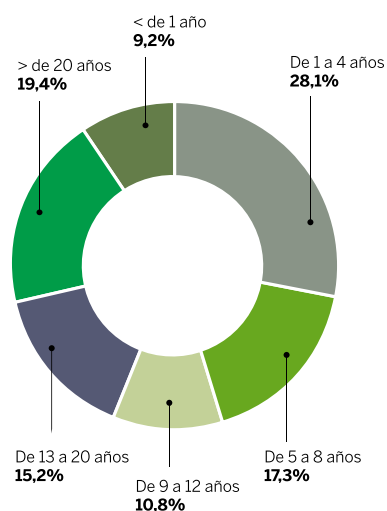
### POR GRUPOS DE ACTIVIDAD



### POR INTERVALOS DE EDAD



### POR INTERVALOS DE ANTIGÜEDAD



## Selección y formación

Durante el ejercicio 2009 se ha intensificado la selección y formación de personal debido, principalmente, a la incorporación de profesionales para las nuevas aperturas de centros comerciales. Merecen destacar, por su volumen, los procesos de selección realizados para los centros comerciales de Salamanca, Eibar (Guipúzcoa), El Tiro (Murcia) y El Ejido (Almería).

Además, se han seguido atendiendo las necesidades de los centros en funcionamiento, con especial dedicación a las áreas comerciales, destacando la contratación de profesionales con experiencia de venta.

También se ha mantenido una especial atención hacia los colectivos con mayor dificultad de inserción profesional mediante acuerdos con entidades públicas y organizaciones no gubernamentales para la inserción de personas con menores posibilidades de empleo.

A los acuerdos firmados a nivel regional con distintos organismos públicos, se ha sumado la colaboración con el Consejo Superior de Deportes para la inserción profesional de deportistas de élite.

En cuanto a las nuevas formas de comunicación a la hora de buscar empleo y para la recepción de candidaturas, crecen de modo notable las vinculadas a internet. Tanto los portales de empleo como la web corporativa de El Corte Inglés se posicionan como la principal vía para todo tipo de perfil profesional.

Hay que destacar también los acuerdos que mantenemos con diversos centros de enseñanza, lo que propicia la incorporación de alumnos de formación profesional para la realización de prácticas en nuestro Grupo. Más de 1.900 alumnos de ciclos de grados medio y superior, y 133 becarios de diferentes especialidades han realizado prácticas en nuestra empresa, siendo un medio eficaz para la incorporación posterior de aquellas personas con mayor potencial para desarrollar una carrera en la empresa.

La formación del personal es uno de los aspectos fundamentales en el área de Recursos Humanos, ya que permite aportar valor a la actuación diaria de nuestros profesionales y es un elemento diferenciador percibido por nuestros clientes.



**Se ha mantenido una especial atención hacia los colectivos con mayor dificultad de inserción profesional mediante acuerdos con entidades públicas y organizaciones no gubernamentales para la inserción de personas con menores posibilidades de empleo**

En este sentido, cabe destacar dos ámbitos de trabajo. Por un lado, la formación de inicio, dirigida principalmente a cubrir la preparación de las personas que se han incorporado a su puesto de trabajo con motivo de la apertura de nuevas unidades de negocio. Y por otro, la formación continua de especialización y perfeccionamiento del personal en las diferentes áreas de conocimiento: técnicas comerciales, conocimiento del producto, procedimientos administrativos y de gestión, y habilidades directivas para los mandos.

También hay que señalar el impulso que se le ha dado a la formación en el puesto de trabajo como

complemento a la recibida en el aula para garantizar la adecuación de las destrezas y conocimientos adquiridos en la actividad diaria.

Por último, la formación *on-line*, impartida a través de la plataforma Aul@Eci, ha seguido incrementando tanto la oferta de cursos como el número de alumnos formados. El objetivo para los próximos años es que, a través de ella, se vayan desarrollando todos aquellos módulos que por sus características de duración y contenidos permitan ganar en flexibilidad, rapidez y operatividad a la hora de ser impartidos.

Estos son los datos más significativos del ejercicio:

CONTENIDOS	CURSOS	HORAS	ALUMNOS
Formación Presencial			
Mandos	516	8.710	6.673
Producto y oficios	4.987	56.981	48.892
Comercial y marketing	1.690	43.487	20.949
Administración e informática	1.808	14.600	19.016
Otros	173	3.311	2.476
<b>TOTAL F. PRESENCIAL</b>	<b>9.174</b>	<b>127.089</b>	<b>98.006</b>
Formación <i>on-line</i>	-	141.786	158.270
<b>TOTAL</b>	<b>9.174</b>	<b>268.875</b>	<b>256.276</b>

Duración media de los cursos	13,9 horas
Nº medio de alumnos por curso	11
Índice de rotación (formación presencial)	1,1
Índice de rotación (total)	2,8

# 9.174

## CURSOS PRESENCIALES

Se han impartido entre nuestros empleados

## Promoción y reconocimiento

La evolución del Grupo va ligada al desarrollo de las personas que lo integran. Por ello, disponemos de un sistema de evaluación del desempeño y de consecución de resultados que estimula y motiva al empleado.

En esta línea, se enmarca el desarrollo profesional de los empleados y la promoción, en el ejercicio 2009, de 1.245 personas a puestos de mayor responsabilidad, con el siguiente desglose:

EMPRESA	PERSONAS	PERSONAS	
		25 AÑOS	15 AÑOS
El Corte Inglés	660	510	585
Hipercor	170	127	217
Informática El Corte Inglés, Investrónica y Telecor	45		
Viajes El Corte Inglés	41	15	12
Otras empresas del Grupo	329	6	41
		25	46
<b>TOTAL</b>	<b>1.245</b>	<b>683</b>	<b>901</b>

Disponemos de un sistema de evaluación del desempeño y de consecución de resultados que estimula y motiva al empleado

Otra forma de vinculación del Grupo con su personal es la imposición anual de emblemas a las personas que cumplen 25 y 15 años de permanencia en la empresa. Es una manera de premiar la fidelidad y constancia que refuerzan nuestra cultura corporativa.

Durante el ejercicio 2009, su distribución por empresas fue la siguiente:



## Relaciones laborales

Durante el ejercicio 2009 se ha producido la firma del Convenio Colectivo para las empresas del Grupo encuadradas en ANGED, la patronal de las grandes superficies. El convenio, firmado con las organizaciones sindicales mayoritarias en el mismo, fija una vigencia de 4 años, hasta el 31 de diciembre de 2012 y, como novedades más significativas, establece:

- La vinculación de los incrementos salariales al aumento de la productividad.
- Un nuevo modelo de distribución horaria, cumpliendo los criterios de descanso semanal establecidos.

Además, han tenido lugar otros hechos destacables como la firma de sendos acuerdos de modificación de turnos y horarios laborales en las empresas El Corte Inglés e Hipercor. Estos acuerdos, que se enmarcan dentro de lo dispuesto en el Convenio Colectivo de ANGED 2009-2012, entraron en vigor en noviembre de 2009.

La modificación horaria persigue la adecuación de la estructura horaria de dichas empresas a una realidad comercial que ha variado considerablemente desde el establecimiento del anterior sistema de turnos y horarios. Los primeros datos apuntan a un impacto positivo de las medidas adoptadas, en el sentido de conseguir una mejora de la cobertura comercial en los momentos de mayor afluencia de clientes, junto a una mayor racionalización de todos los recursos humanos.

## PLANES DE IGUALDAD

A lo largo del ejercicio 2009 se firmaron los Planes de Igualdad de las empresas Informática El Corte Inglés y Viajes El Corte Inglés. Estos planes junto al de El Corte Inglés, firmado con anterioridad, están en funcionamiento con total normalidad.

En el ejercicio 2010 se han firmado los Planes de Igualdad de las empresas Centro de Seguros y Servicios, Tiendas de Conveniencia, Gespevesa e Hipercor.

Todos estos planes han sido negociados con la representación legal de los trabajadores y acordados por unanimidad.

La política de igualdad de las empresas del Grupo incide en aspectos relacionados con el acceso y la promoción profesional, la formación y las mejoras en la conciliación de la vida personal y laboral.

**El Grupo El Corte Inglés promueve acciones orientadas a conseguir la integración de las personas con discapacidad en el mundo laboral**

## Integración y diversidad

El Grupo El Corte Inglés cuenta en su plantilla con personas de diferente origen y capacidades.

En este contexto, promueve acciones orientadas a conseguir la integración de las personas con discapacidad en el mundo laboral. Además de la incorporación de personal a nuestra plantilla, se colabora con Centros Especiales de Empleo para la subcontratación de servicios y compra de productos fabricados en dichos centros.

Los datos más significativos en el último ejercicio son:

- Plantilla contratada directamente: 822 personas.
- Centros Especiales de Empleo (CEE) con los que se trabaja: 75.
- Pagos a CEE por servicios: 16,3 millones de euros.

Respecto a la diversidad cultural, al cierre del ejercicio había en nuestra plantilla más de 5.100 personas con nacionalidad no española, procedentes de más de 60 países de todo el mundo, la gran mayoría de América Latina.

## Seguridad y salud laboral

En el transcurso del ejercicio, se ha realizado un nuevo Plan de Prevención de las empresas del Grupo que aborda toda la política de prevención de riesgos laborales, e incluye los fundamentos y objetivos a cubrir por los distintos procesos, procedimientos y prácticas preventivas, así como su organización y recursos disponibles. Este plan se ha difundido a todas las direcciones, líneas de mando y colaboradores.

Asimismo, se ha realizado el proceso de auditoría externa reglamentaria del Sistema de Prevención, con resultado satisfactorio.

También es destacable el avance realizado en las evaluaciones de carácter ergonómico, en concreto las relacionadas con la manipulación de cargas, posturas forzadas y movimientos repetitivos.

Por último, señalar la consolidación del sistema de coordinación en materia de prevención con los proveedores que realizan trabajos en nuestros centros comerciales. Para los trabajos especialmente peligrosos se ha llevado a cabo una campaña de control de sus actividades y de sus medidas de protección.



## Beneficios sociales

El Grupo El Corte Inglés ofrece a sus empleados una serie de servicios y beneficios sociales entre los que destacan los siguientes:

- Seguro de Vida Colectivo que atiende indemnizaciones por fallecimiento e invalidez permanente absoluta. En este ejercicio, la cuantía por este concepto fue de 6,8 millones de euros.
- Acceso a formación superior a través del Centro de Estudios Universitarios Ramón Areces, exclusivo para los empleados del Grupo. Durante el ejercicio, 830 personas han cursado diversos tipos de estudios, según se refleja en el cuadro siguiente:

CURSOS	ALUMNOS
<b>Licenciaturas</b>	<b>279</b>
Derecho	101
Economía / Administración y Dirección de Empresas	82
Ingeniería en Informática	96
<b>Diplomaturas</b>	<b>293</b>
Ciencias Empresariales y Comerciales	136
Empresas y Actividades Turísticas	135
Óptica	22
<b>Máster y otros</b>	<b>28</b>
<b>Acceso a la Universidad</b>	<b>105</b>
<b>Otros</b>	<b>125</b>
<b>TOTAL</b>	<b>830</b>

- Ayudas de estudios para hijos de empleados:

- La Comisión Mixta de las Fundaciones César Rodríguez y Ramón Areces ha concedido este año 2.051 ayudas, por valor de 1,76 millones de euros, destinados a estudios de formación profesional, bachillerato y cursos universitarios.

- También se han concedido 415 ayudas económicas a empleados que tienen hijos con algún tipo de discapacidad.

# 2.466

### NÚMERO TOTAL DE AYUDAS DE ESTUDIOS

Para hijos de empleados

## Asociación de empleados

La asociación Grupo de Empresas El Corte Inglés (GECI) es una organización integrada por empleados cuyos beneficios se extienden a sus familiares y que tiene como finalidad mejorar la convivencia entre todas las personas que trabajan en el Grupo.

Entre las actividades organizadas por el GECI figuran las deportivas, eventos culturales, recreativos y turísticos, representaciones teatrales, cursos de fotografía, inglés, informática, exposiciones de pintura, artesanía y manualidades. Cabe destacar también las actividades para los más pequeños: campamentos, teatro y las fiestas de carnaval, primavera y Navidad, entre otras.

Durante el ejercicio 2009 más de 61.000 personas han participado en las actividades realizadas por esta asociación que cuenta con 11.720 socios y 41.325 beneficiarios.

Por otro lado, destaca el compromiso solidario de la asociación en acciones de tipo humanitario, social y de cooperación internacional. El GECI destina un porcentaje de las cuotas de los socios a colaborar con este tipo de iniciativas. Durante el ejercicio, se realizaron donaciones para distintos proyectos de África, Centroamérica y la zona del Índico, algunas de ellas destinadas a paliar catástrofes, y otras para proyectos de escuelas y equipamiento sanitario.

**Más de 61.000 personas han participado en las actividades realizadas por la asociación de empleados que cuenta con 11.720 socios y 41.325 beneficiarios**



GECI colabora con distintos proyectos en Centroamérica.

## Los proveedores

En el ejercicio 2009 el Grupo El Corte Inglés ha intensificado sus esfuerzos por mejorar la cadena de suministro, poniendo en marcha nuevos procesos y prosiguiendo con su compromiso de elevar a niveles más altos tanto la calidad de sus productos como el grado de cumplimiento social de los proveedores.

El Grupo considera que la satisfacción de los clientes se inicia con una buena elección de los suministradores; son parte fundamental del negocio y un aliado con el que se mantiene una relación de confianza mutua.

En este marco de colaboración y con el objetivo de avanzar en el camino de la responsabilidad social, la compañía ha puesto en marcha este año un nuevo compromiso ético que han de asumir todos nuestros proveedores, el Código de Conducta de BSCI (*Business Social Compliance Initiative*), organización a la que pertenece el Grupo desde marzo de 2008. Esta iniciativa se suma a los Principios de Actuación del Grupo El Corte Inglés que se implantó hace ya cuatro años y que ha tenido una respuesta positiva.

Al cierre del ejercicio 2009, el número de proveedores que había asumido este nuevo compromiso era el siguiente:

España	21.893
Resto de países de la UE	3.697
Terceros países	1.763
<b>TOTAL</b>	<b>27.353</b>

La entrada en vigor de una serie de normas y reglamentos europeos relativos a la seguridad de los productos ha propiciado la introducción de nuevos protocolos de actuación para los pedidos de países no comunitarios que incluyen diversas informaciones y requerimientos sobre los siguientes apartados:

- Cumplimiento de normas sociales conforme al sistema BSCI.
- Conocimiento y cumplimiento del reglamento europeo REACH sobre sustancias químicas.
- Conocimiento y cumplimiento del estándar de salud y seguridad de prendas textiles.
- Respeto por el medio ambiente.

También se ha aprovechado para remitir a los proveedores españoles, portugueses y de otros países de la Unión Europea, un paquete de información similar con las adaptaciones oportunas.

**En este marco de colaboración y con el objetivo de avanzar en el camino de la responsabilidad social, la compañía ha puesto en marcha este año un nuevo compromiso ético que han de asumir todos nuestros proveedores, el Código de Conducta de BSCI**



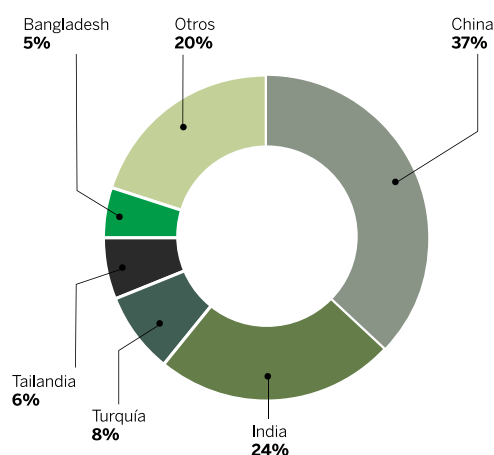
## Auditorías sociales a los proveedores

El compromiso adquirido por el Grupo El Corte Inglés al adherirse a BSCI establece un proceso de auditorías sociales a proveedores de países no comunitarios. El objetivo es que en 2012 estén auditados aquellos proveedores directos que representen al menos dos tercios del volumen de compra que el Grupo adquiere en sus respectivos países.

Los proveedores auditados durante 2009 proceden principalmente de China, India, Turquía, Bangladesh y Tailandia, según se refleja en el gráfico adjunto.

### PROVEEDORES AUDITADOS

Por países



El objeto de las auditorías no reside únicamente en tener un conocimiento preciso de la situación de las empresas proveedoras y de sus trabajadores, sino que también pretende iniciar un proceso de mejora continua en aquellos casos que presentan algún tipo de incumplimiento. La idea es que, en un periodo de tiempo razonable, puedan cumplir con todos los requisitos del Código de Conducta de BSCI, basados en gran medida en las convenciones fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo.

Durante este proceso, que puede durar hasta un año, el Grupo El Corte Inglés brinda a sus proveedores la posibilidad de asistir a los seminarios de responsabilidad social y a las sesiones formativas que BSCI organiza en los principales países suministradores. De hecho, durante 2009 más de un centenar de proveedores han participado en los seminarios formativos organizados por BSCI en diversas ciudades de Vietnam, China, Turquía y Bangladesh.

El Corte Inglés cuenta además con un representante en el Consejo Supervisor de BSCI y sigue participando en las tareas de GSCP (*Global Social Compliance Programme*), la iniciativa de responsabilidad social de *The Consumer Goods Forum*.

Asimismo, para la implementación de todos estos compromisos sociales y medioambientales en la cadena de suministro contamos con un grupo de trabajo en el que desinteresadamente colaboran distintas organizaciones de consumidores, ONG, y sindicatos. Con ellos hemos avanzado en el seguimiento del programa de auditoría a proveedores que se está realizando en el marco de los estándares de BSCI.

## Colaboración en los controles de calidad

La entrada en vigor del reglamento europeo REACH ha dado pie para que el Grupo El Corte Inglés refuerce también sus controles de calidad sobre los productos que importa de países terceros.

Con el fin de verificar su cumplimiento, hemos puesto en marcha controles selectivos en origen con ensayos en laboratorios certificados.

Para los artículos textiles, se ha establecido un convenio con Aitex, Instituto Tecnológico Textil con sede en Alcoy (Alicante), y se ha desarrollado -con la participación de nuestro propio laboratorio textil- un estándar de salud y seguridad para las empresas del Grupo. Este estándar, no solo contempla la verificación del cumplimiento de REACH, sino que va más allá al analizar otros parámetros, con especial hincapié en la seguridad de prendas infantiles. Gracias a estos análisis se pueden detectar en origen las prendas que presenten incumplimientos del estándar de salud y seguridad y se garantiza que ninguna llegue a nuestros centros comerciales.

Por último, el Grupo El Corte Inglés hace un seguimiento diario de las alertas de consumo que le llegan desde la Administración y las asociaciones empresariales, con el fin de actuar de forma rápida y eficiente ante cualquier incidencia.

El mayor grado de exigencia, tanto en cuestiones de responsabilidad social como de calidad y seguridad de productos, contribuye a una progresiva consolidación de los procesos de compra en proveedores mejor preparados y que se constituyen en auténticos socios comerciales.

## Business to business

Durante el ejercicio 2009 y en colaboración con sus proveedores, el Grupo El Corte Inglés ha seguido avanzando en el ámbito del comercio electrónico entre empresas:

- Sincronización electrónica de datos de producto. Tiene por objeto que fabricantes y distribuidores dispongan de información estandarizada con relación a los productos que comercializan. Desde enero de 2010, el Grupo El Corte Inglés ha tomado la decisión de adoptar la plataforma AECOCDATA de la Asociación Española de Codificación Comercial como proveedor de servicios de catálogo electrónico.
- Plataforma Agentrics. Es una herramienta de negociación electrónica en la que también participan grandes empresas de distribución de todo el mundo y que permite importantes ahorros de costes.
- Portal del Proveedor. Se han incorporado nuevas funcionalidades a esta vía de comunicación entre el Grupo El Corte Inglés y sus proveedores. Durante 2009 se ha desarrollado un proyecto piloto para facilitar a pequeñas y medianas empresas la sincronización electrónica de datos a través de este canal.

### EFICIENCIA LOGÍSTICA

El Grupo mantiene con sus proveedores una continua búsqueda de procesos cada vez más eficientes.

En este sentido, el sistema de mercancía pre-empaquetada y lista desde el origen para ser expuesta en el espacio de venta, ha permitido acortar los tiempos de reposición y entrega de productos a las tiendas, a la vez que ha supuesto una notable disminución de los costes de manipulación.

A ello ha contribuido también el hecho de que todas las prendas vengan desde el origen con los correspondientes dispositivos de alarma y antirrobo.



## Participación en el Consejo Estatal de Responsabilidad Social

En 2009 se constituyó el Consejo Estatal de Responsabilidad Social dependiente del Ministerio de Trabajo, con la participación de representantes de CEOE, sindicatos, tercer sector y Administraciones Públicas.

En representación del sector de la gran distribución, El Corte Inglés está presente tanto en el Pleno como en la Comisión Permanente; y coordina el Grupo de Trabajo que estudia la relación de la Responsabilidad Social con la competitividad de las empresas, la superación de la crisis económica y su contribución a un nuevo modelo productivo.

**En representación de la gran distribución, El Corte Inglés está presente tanto en el Pleno como en la Comisión Permanente del Consejo Estatal de Responsabilidad Social**

## COMPRA SOSTENIBLE Y RESPONSABLE DE PRODUCTOS PESQUEROS

El Grupo El Corte Inglés ha puesto en marcha en colaboración con sus proveedores una nueva política de compra sostenible y responsable de productos pesqueros. Las empresas suministradoras se comprometen a la aplicación de criterios de precaución respecto a los problemas ambientales y a la adopción de iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.

En el caso de los productos frescos, somos conscientes de los peligros de la sobreexplotación de los océanos y la vulnerabilidad de las especies.

Por ello, solo se compran productos pesqueros en los puntos fijados para su venta mayorista que cuenten con los permisos, habilitaciones, garantías y responsabilidad, otorgados por las Administraciones Públicas competentes.

Excluimos la compra de especies no autorizadas, la adquisición fuera de los puertos, lonjas o puntos legalmente habilitados, y la compra de especímenes de dimensiones no autorizadas.

También se ha decidido no vender en nuestros supermercados varias especies comerciales que están en situación de vulnerabilidad.

Son las gallinetas tipo chancharro y la gallineta nórdica, rayas y mantas tipos noriega y lunares, y tiburones mielga.



# Medio ambiente

En el ejercicio 2009 el Grupo El Corte Inglés ha continuado avanzando en sus compromisos medioambientales y en el proceso de integración de los mismos con nuestra actividad comercial.

En este sentido, las actuaciones ambientales desarrolladas se han centrado en tres áreas principales:

- El consumo responsable de los recursos. Se ha apostado por la eficiencia y el ahorro energético mediante la inversión en la mejora tecnológica y la introducción de hábitos responsables de consumo, lo que refuerza nuestro compromiso con el entorno y mejora nuestra competitividad y la calidad de vida de las personas.
- La gestión de residuos. Se ha reforzado el objetivo de eficiencia, lo que implica reducir al máximo posible la fracción destinada a vertedero y emprender la búsqueda de nuevas opciones de gestión que nos permitan alcanzar la plena valorización de los residuos.
- Sensibilización y concienciación de la sociedad. Se ha trabajado en la elaboración de un plan operativo de comunicación y difusión de actividades de carácter ambiental, cuyo primer paso ha sido una formación específica para el personal.

Todas las medidas realizadas a lo largo del ejercicio han tenido un reflejo positivo en la huella ecológica del Grupo El Corte Inglés.

## Materiales

A lo largo del ejercicio se ha trabajado en la reducción de bolsas de plástico de un solo uso, introduciendo paulatinamente distintas iniciativas que permiten a nuestros clientes elegir la mejor opción para el transporte de su compra.

La principal medida, iniciada el ejercicio anterior, ha sido implantar una amplia colección de bolsas reutilizables, que se encuentra a disposición de los clientes en cualquiera de nuestros centros. En la actualidad, conviven diversos formatos de diferentes materiales y características, y es el cliente, asesorado por nuestro personal si así lo desea, quien decide el tipo de bolsa que prefiere, en función de las cualidades del producto y de sus inquietudes ambientales.

Durante 2009 se han realizado distintas campañas en las que se han introducido materiales alternativos, como las más de 100.000 bolsas de algodón que se repartieron en la Campaña de Sudáfrica, o las 200.000 unidades que se entregaron de la denominada “bolsa 15 usos”, realizadas en polietileno conforme a los requisitos de gramaje y tamaño establecidos por la Norma UNE 53942. Ya en el ejercicio 2010 se ha llevado a cabo otra acción con motivo del festival de música Rock in Río Madrid, donde se han repartido unas 100.000 bolsas de algodón.

Como medidas complementarias, se ha reforzado la formación ambiental de nuestro personal de línea de caja y se han utilizado mensajes ecológicos que recuerdan a nuestros clientes la importancia de llevar a cabo un consumo sostenible de las bolsas. Además, se han impreso mensajes específicos en las propias bolsas de plástico que recuerdan la importancia de reutilizarlas cuantas veces sea posible y depositarlas en el contenedor amarillo al final de su vida útil con el fin de garantizar su reciclaje.

El conjunto de medidas adoptadas por nuestra organización ha permitido aumentar significativamente el número de bolsas reutilizables a disposición de los clientes y una importante reducción en el consumo de bolsas de plástico de un solo uso.

Ya en el ejercicio 2010, y con el fin de contribuir a la sensibilización de nuestros clientes y empleados, nuestra organización ha decidido obsequiar a los titulares de tarjeta El Corte Inglés con una bolsa reutilizable y plegable de las diseñadas por las empresas del Grupo.

Por otra parte, se ha avanzado en el compromiso de minimizar el consumo interno de papel de oficina, reduciendo los informes impresos en un 17% respecto al año anterior. Desde que se empezaron a tomar este tipo de medidas, se ha ahorrado un total de 182 millones de páginas.

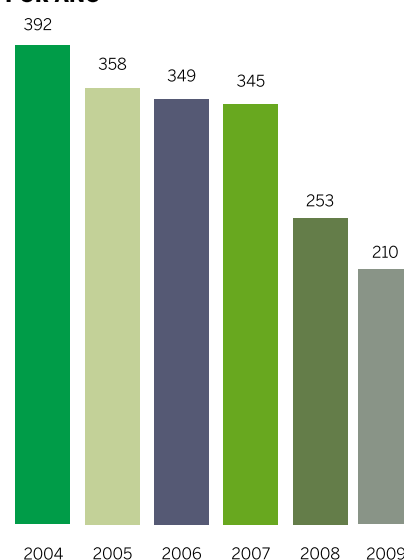
A ello se ha sumado este año una nueva iniciativa: la disminución del gramaje del papel de oficina, lo que ha generado un ahorro de 103 Tm de papel.



Bolsa reutilizable para la promoción de Sudáfrica.

#### PÁGINAS IMPRESAS POR AÑO

(Millones de páginas)





## Energía

- Calidad constructiva de los nuevos edificios

A lo largo del año 2009 se han inaugurado los centros comerciales de Salamanca, Eibar y El Tiro (Murcia) diseñados y contruidos para ofrecer las mejores condiciones de comodidad a nuestros clientes y pensados para dar respuesta al compromiso de sostenibilidad ambiental.

En todos ellos se han implantado sistemas de ahorro de energía con programas que permiten el encendido y apagado de luces de manera automática optimizando el consumo en función del horario y de sondas crepusculares. En zonas comunes existen sensores de movimiento para el encendido automático y se ha generalizado la utilización de lámparas de bajo consumo y alto rendimiento.

La producción de frío se consigue a partir de grupos de condensación por aire de alta eficiencia, mientras que la producción de calor se realiza mediante

calderas a gas de alto rendimiento y baja temperatura. En ambos casos, con la tecnología más eficiente.

Cabe destacar que el nuevo centro comercial de Salamanca ha sido dotado de placas termosolares para su utilización en el circuito de agua caliente sanitaria.

- Medidas de ahorro energético en centros comerciales

Se han efectuado mejoras en iluminación, climatización y frío comercial. Además, se ha reforzado la formación en esta materia de los colectivos directamente implicados.

Con estas medidas se ha conseguido reducir el consumo eléctrico en términos absolutos, a pesar de las nuevas aperturas y ampliaciones, y neutralizar parcialmente el incremento de tarifas.

Como novedad, señalar que durante el ejercicio 2009 un 12% del total de la energía eléctrica consumida está certificada como procedente de fuentes renovables.



Paneles solares del Centro de Bricor en Arroyomolinos (Madrid).

## Agua

En línea con años anteriores, continúa la implantación de medidas para reducir el consumo de agua en centros comerciales, almacenes y oficinas.

Los controles automáticos centralizados y los sistemas de auditoría puestos en marcha en la organización nos permiten vigilar la eficacia de las acciones tomadas, así como actuar cuando se detectan incidencias.

Las acciones principales en las que se ha trabajado son:

- Sistemas de ahorro mediante “purga cero” en circuitos de refrigeración. Se pusieron en marcha el ejercicio anterior y este año se ha continuado con su implantación en otros centros del Grupo, ya que supone un ahorro en el consumo de hasta un 30% en los establecimientos en los que se instala.

- Detección precoz de pérdidas en los sistemas existentes de filtración de aguas.
- Ajustes del caudal regulable en los puntos de suministro con la instalación de sistemas que regulan la presión y la temperatura.
- “Plan de Sostenibilidad de Agua” del Ayuntamiento de Madrid en los centros de esta ciudad. El plan incluye normas que fomentan un uso racional y se complementa con pautas para promover la cultura de ahorro en trabajadores y clientes. Tras comprobar la eficacia de estas acciones, se ha tomado la iniciativa de extender las medidas de este plan al resto de centros de la organización.

A pesar de la apertura de tres nuevos centros comerciales, estas medidas han logrado una disminución general del consumo de un 4% respecto al ejercicio anterior. El ahorro de agua anual ha sido el equivalente al consumo de 6 grandes almacenes.



**A pesar de la apertura de tres nuevos centros comerciales, las medidas adoptadas han logrado una disminución general del consumo de agua de un 4% respecto al ejercicio anterior**

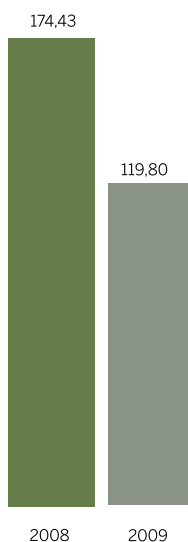
## Emisiones

Las actividades que desarrollan las empresas del Grupo tienen una contribución muy pequeña en la generación de emisiones de Gases Efecto Invernadero y en su efecto sobre el cambio climático, sin embargo su reducción progresiva es un objetivo claro desde el punto de vista ambiental.

Durante el ejercicio hemos continuado realizando mediciones globales de nuestras emisiones, según los criterios del sistema normalizado internacional GHG Protocol, el protocolo internacional más habitual.

### EMISIONES

(Kg de CO<sub>2</sub> eq/m<sup>2</sup>)



Los datos de 2009, calculados según el indicador de referencia Kg CO<sub>2</sub> equivalente por m<sup>2</sup> dan un total de 119,8 unidades lo que representa una reducción del 31,3% sobre 2008. Este descenso ha sido motivado por la disminución experimentada en las emisiones indirectas, fundamentalmente las vinculadas al consumo eléctrico. Medidas como la compra de energía certificada de fuentes renovables y mejoras en los factores de emisión de las empresas eléctricas, entre otras, han contribuido a esta significativa reducción en nuestra huella de carbono.

## Residuos

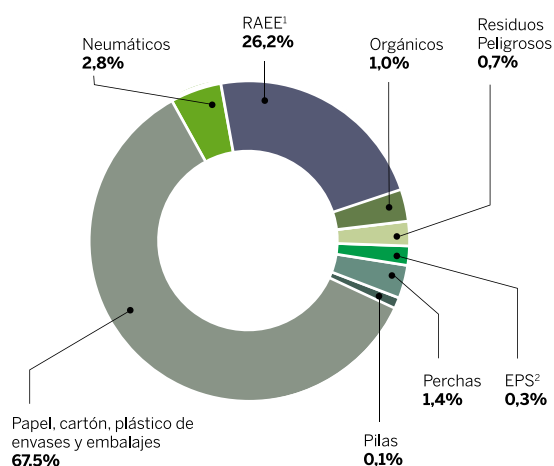
El objetivo del Grupo El Corte Inglés es conseguir el máximo reciclado de los residuos, con el fin de reducir la fracción de aquellos que tienen por destino final la eliminación en vertedero.

Para ello se requiere tanto una adecuada formación y sensibilización de los trabajadores, como una dotación en equipos e infraestructuras necesarios para llevar a cabo la correcta separación de cada tipo de residuo en función de su posterior destino. En este ejercicio hemos conseguido segregar en origen unos 45 millones de kilogramos de residuos para someterlos a diferentes procesos de valorización. Si estos residuos no hubiesen sido debidamente tratados, ocuparían una superficie en vertedero equivalente a 20 campos de fútbol aproximadamente.

En el gráfico se recogen los principales residuos que son valorizados y la contribución de cada uno de ellos al total:

### RESIDUOS PRODUCIDOS

En el ejercicio 2009



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

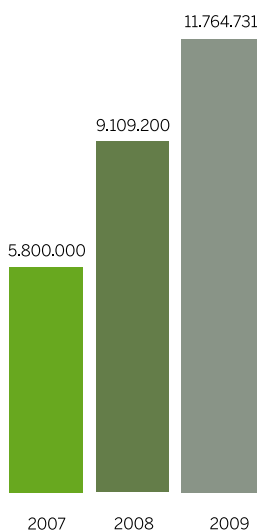
(2) EPS: Embalajes de poliestireno expandido.

Dentro de nuestros compromisos con el medio ambiente, continuamos con diversas campañas que facilitan al cliente la recogida de determinados tipos de residuos, como aparatos eléctricos, pilas, lámparas y móviles. Ofrecemos así a los consumidores la posibilidad de depositarlos en nuestros establecimientos con el fin de canalizarlos a los destinos más adecuados.

En el siguiente gráfico podemos ver el creciente aumento de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos gestionados que proceden de clientes.

#### RAEE<sup>1</sup> GESTIONADOS

(Aparatos)



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

## Productos

En nuestros supermercados e hipermercados hay una variada oferta de artículos procedentes de agricultura ecológica. Esta oferta sigue evolucionando y ampliándose, contando en este ejercicio con el triple de referencias ecológicas que en el anterior e incluyendo productos frescos, lácteos, ultramarinos y vinos, además de artículos de limpieza.



Leche ecológica de las marcas El Corte Inglés e Hipercor.

Asimismo, nos preocupamos por aumentar la oferta de productos de alta eficiencia energética en las áreas de Imagen y Sonido, Informática y Electrodomésticos. En este último departamento, un año más, el Grupo El Corte Inglés es uno de los principales suministradores de aparatos de la mejor eficiencia energética y colabora en los Planes Renove organizados por las diferentes Comunidades Autónomas.

En cuanto a nuestro servicio de decoración integral Crear Hogar, ofrecemos a las familias preocupadas por el medio ambiente todo tipo de posibilidades para equipar su vivienda: casetas y suelos de madera con certificación FSC, piscinas con paneles de estructura 100% reciclables, domótica para hogares más eficientes energéticamente e instalación de placas solares térmicas, entre otros.

## Otras actuaciones

Como novedad, en los centros de El Tiro (Murcia) y Eibar, inaugurados en noviembre de 2009, se han incluido plazas de aparcamiento específicas para vehículos eléctricos o híbridos con puntos de recarga gratuita.

Y ya en 2010, el Grupo ha adquirido el compromiso de generalizar la implantación de esta medida en otros centros comerciales de España y Portugal.

# Integración en la sociedad

El Corte Inglés mantiene un modelo de negocio basado en una permanente integración con la sociedad y en una relación constante y fluida en todos los ámbitos de la vida empresarial y social.

Nuestra gestión diaria y nuestra responsabilidad social nos llevan a participar activamente en diversos tipos de organizaciones sociales y empresariales, así como a tener vinculación con representantes de los consumidores, organizaciones no gubernamentales, sindicatos, medios de comunicación y todo tipo de asociaciones y colectivos sociales.

Cada uno de nuestros centros comerciales está integrado en el tejido social que le rodea, lo que le permite compartir las inquietudes de los ciudadanos y conocer sus deseos y preocupaciones con el fin de poder satisfacer esas necesidades.

Esta misma relación implica a los proveedores locales, muchos de los cuales ofrecen sus productos en los centros comerciales del entorno. Asimismo, mantenemos una relación cordial con nuestros competidores, ya sean a nivel local o nacional.

## Colaboración institucional

Participamos en aquellas organizaciones empresariales y sociales con las que tenemos algún tipo de vinculación, mantenemos la presidencia de la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED) y la vicepresidencia de la CEOE, estamos integrados en las distintas Cámaras de Comercio e Industria, formamos parte de diversas patronales sectoriales, y nos sentimos vinculados a numerosas asociaciones regionales y locales. En Portugal estamos también presentes en aquellas patronales y asociaciones relacionadas con nuestro negocio.

A nivel internacional estamos integrados en la Asociación Internacional de Grandes Almacenes (*International Association of Department Stores*) y en la Cámara de Comercio Internacional, entre otras agrupaciones.

En el ejercicio 2009 también nos hemos integrado en el Consejo Estatal de Responsabilidad Social que constituyó el Ministerio de Trabajo y en el que hay representantes de CEOE, sindicatos, tercer sector y Administraciones Públicas.



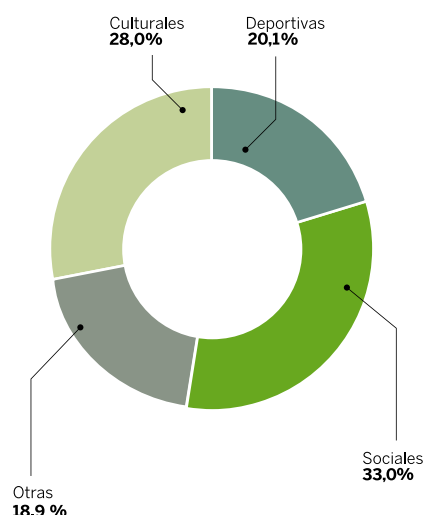
## Vinculación con la sociedad

La vocación de cercanía e integración con el entorno social se manifiesta en las numerosas colaboraciones que mantenemos con diversas ONG y con instituciones públicas y privadas de distinto tipo.

Esta constante interacción con la sociedad ha llevado a El Corte Inglés a propiciar más de 4.000 acciones que abarcan todo tipo de programas y actividades de carácter social, cultural, educativo y deportivo.

### DISTRIBUCIÓN DE ACTIVIDADES

En las que ha participado El Corte Inglés



Entre todas estas iniciativas figuran tanto grandes proyectos de ámbito nacional que tienen una gran repercusión en la sociedad y en los que se colabora desde hace años, como otras acciones más locales que se ciñen a un entorno geográfico concreto y que ponen de manifiesto esa vocación de proximidad con el entorno. Así, por ejemplo, mantenemos nuestro apoyo al deporte olímpico y paralímpico a través de los programas ADO y ADOP; colaboramos con instituciones tan prestigiosas como el Museo del Prado en Madrid, el Museo de Bellas Artes de Bilbao o el Gran Teatre del Liceu de Barcelona; y seguimos promoviendo la solidaridad con los más necesitados a través de iniciativas como el programa “Un kilo de ayuda” que se ofrece en todos los supermercados del Grupo.

A todo ello hay que añadir las numerosas acciones que realizamos a nivel local y regional.

**La constante interacción con la sociedad ha llevado a El Corte Inglés a propiciar más de 4.000 acciones de carácter social, cultural, educativo y deportivo**



XVI Milla Regional para atletas discapacitados de Castilla y León.

## Actividades sociales

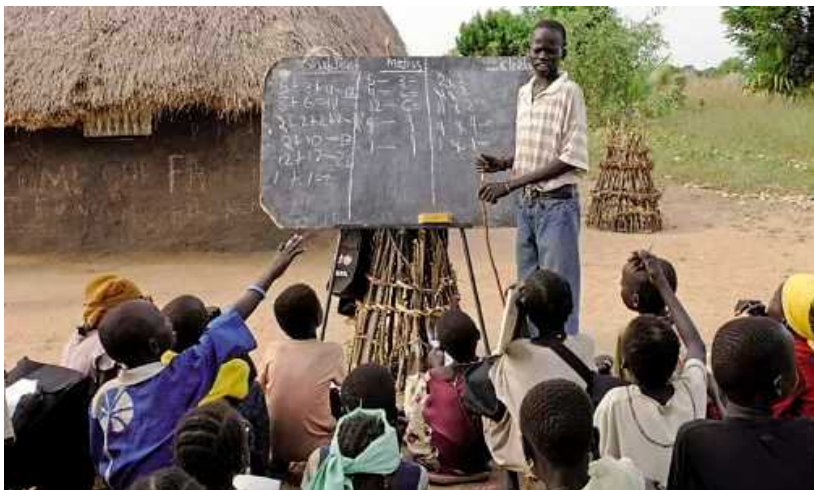
El apoyo a iniciativas de carácter social constituye, sobre todo en momentos de especial dificultad, una de las prioridades del Grupo El Corte Inglés. Centramos nuestros esfuerzos en aquellos asuntos que más preocupan a la sociedad, como la atención a colectivos necesitados, la ayuda al desarrollo, el cuidado del medio ambiente, o la educación a todos los niveles. La mayor parte de estas colaboraciones se canalizan a través de diferentes organizaciones e instituciones.

En este sentido, cabe destacar la ayuda humanitaria que se prestó a Haití tras el terremoto que sacudió el país y cuyo envío se organizó a través de la ONG Mano a Mano. Además de unos cargamentos iniciales con material y productos de primera necesidad, la colaboración se ha mantenido mediante nuevos envíos de mercancía solicitada por la ONG.

También colaboramos con UNICEF durante la campaña 'La vuelta al cole' en la que se vendieron unos marcapáginas para ayudar a crear escuelas en el Tercer Mundo; gracias a este proyecto se contribuyó a la escolarización de niños de países en dificultades. Dentro del capítulo de ayuda al desarrollo, mantenemos relación con el Hospital Pediátrico que la Fundación Pablo Horstman tiene en Kenia para atender a la población infantil y juvenil.

Pero la mayor parte de los proyectos y actividades sociales están vinculados a un entorno más cercano. Por ejemplo, trabajamos desde hace tiempo con la Fundación También que promueve el deporte adaptado y actividades de ocio para personas con algún tipo de discapacidad; participamos en diversas iniciativas destinadas a eliminar la violencia de género fomentando la igualdad entre hombres y mujeres, y patrocinamos varias Carreras de la Mujer en localidades donde está implantado El Corte Inglés.

**Tras el terremoto de Haití,  
El Corte Inglés prestó de forma  
inmediata ayuda humanitaria  
de primera necesidad que ha  
continuado con nuevos envíos  
de mercancía a lo largo de 2010**



© UNICEF

"La Vuelta al Cole" de El Corte Inglés colabora con Unicef.

Colaboramos en numerosos mercadillos solidarios a través de las distintas empresas del Grupo con el objetivo de recaudar fondos destinados a distintas ONG como la Fundación Teodora o Mensajeros de la Paz, entre otras.

Asimismo, apoyamos la formación universitaria para personas de edad avanzada y organizamos numerosos concursos destinados a fomentar la educación y la investigación en los centros escolares, como ocurre con el concurso 'Investiga a través del entorno y exponlo'.

En el área de medio ambiente, mantenemos abiertas líneas de colaboración tanto con ayuntamientos y corporaciones locales como con agrupaciones ecologistas con el fin de apoyar proyectos que incentiven la concienciación ciudadana en esta materia y que den respuesta a inquietudes que surgen en la sociedad.

## Proyectos culturales

Una de las líneas de actuación más arraigadas en el Grupo El Corte Inglés es la que está relacionada con las actividades culturales. Proyectos vinculados a la música, el arte, la literatura, el cine, la historia, la fotografía o el teatro, forman parte del conjunto de iniciativas en las que se participa o a las que se apoya.

En este contexto, organizamos diversos concursos de pintura y de relatos para un público infantil o juvenil, patrocinamos certámenes de pintura rápida en varias localidades donde estamos implantados, celebramos concursos de canciones populares, y acogemos en nuestros centros comerciales exposiciones fotográficas de diversa índole. En algunos casos, estas exposiciones se realizan en colaboración con alguna ONG a quien se entrega los beneficios obtenidos con la venta de las fotografías.

**Proyectos vinculados a la música, el arte, la literatura, el cine, la historia, la fotografía o el teatro, forman parte del conjunto de iniciativas en las que se participa o a las que se apoya**



Obra de Diana Larrea en la exposición "Ciudades/Cities", vinculada a ARCO, en El Corte Inglés de Preciados (Madrid).

También mantenemos relación con algunas instituciones tan prestigiosas como el Festival Internacional de Música y Danza de Santander, el Teatro Real de Madrid, o la Universidad Complutense con quien colaboramos en diversas actividades culturales entre las que figura Complujazz, dedicada al jazz europeo actual.

Una exposición destacada vinculada al mundo del arte es la que se celebró en El Corte Inglés de Preciados, en Madrid, bajo el título “Ciudades/Cities”, un proyecto de arte contemporáneo enmarcado dentro de las actividades que se desarrollan con motivo de ARCO, la Feria Internacional de Arte Contemporáneo. Cuatro artistas de reconocido prestigio internacional: Daniel Canogar, Martín Chirino, Diana Larrea y Miquel Navarro, realizaron cada uno una obra concebida específicamente para ser expuesta en los escaparates de este centro comercial.

También dentro de nuestros establecimientos, Ámbito Cultural de El Corte Inglés desarrolla conferencias, presentaciones de libros, clubes de lectura y cursos de filosofía y psicología, entre otras materias, en un gran número de ciudades. En el capítulo de premios se celebró, ya en el ejercicio 2010, la XIV edición del Premio Primavera de Novela en la que resultó ganador el escritor Fernando Marías con la obra *Todo el amor y casi toda la muerte* y finalista María Tena con *La fragilidad de las panteras*. Asimismo, participamos en premios de biografías, poesía, viajes y literatura juvenil, y en la red auspiciamos el premio *Book and You*.

La página web de Ámbito Cultural consolidó su trayectoria en su segundo año de vida, siendo hoy una página cultural de gran relevancia.

Dentro de nuestros establecimientos, Ámbito Cultural de El Corte Inglés desarrolla conferencias, presentaciones de libros, clubes de lectura y cursos de filosofía y psicología, entre otras materias, en un gran número de ciudades



Zaindu - El Museo Restaura. Programa para la restauración de obras del Museo de Bellas Artes de Bilbao.



## Acciones deportivas

El deporte fomenta el trabajo en equipo, la convivencia y una serie de valores como el espíritu de superación personal, por eso gran parte de nuestras iniciativas están orientadas hacia las actividades deportivas. De hecho, organizamos desde hace tiempo el Torneo Social de Golf El Corte Inglés, que se celebra en todo el territorio nacional, y la célebre Cursa El Corte Inglés que cada año congrega en Barcelona a miles de personas, habiéndose convertido en una de las carreras populares más importantes de Europa.

El deporte popular es una de nuestras prioridades y, por ello, en casi todas las ciudades donde hay un centro de El Corte Inglés promovemos numerosas carreras en las que pueden participar personas de todas las edades, y fiestas de la bicicleta con las que se pretende fomentar la actividad al aire libre.

También prestamos atención a otro tipo de deportes como el ajedrez, el baloncesto y la vela que cuentan con un gran número de adeptos en aquellas comunidades autónomas en las que se organizan. A todo ello hay que añadir aquellos deportes más arraigados a tradiciones locales entre los que se encuentran los campeonatos de pelota vasca, la galotxa valenciana o el Rally de Canarias, entre otros muchos.



XVI Trofeo de Vela El Corte Inglés, en el Mar Menor (Murcia).

**El deporte popular es una de nuestras prioridades y, por ello, en casi todas las ciudades donde hay un centro de El Corte Inglés promovemos numerosas carreras en las que pueden participar personas de todas las edades**



31ª Cursa El Corte Inglés, en Barcelona.



## Fundación Ramón Areces

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

Para cada una de estas áreas la institución dispone de programas propios: Concursos Nacionales de Ayudas a la Investigación, Becas de Ampliación de Estudios en el Extranjero, y Programas de Divulgación Científica, Socioeconómica y Cultural, mediante los cuales impulsa la investigación científica, contribuye a la formación de capital humano, y difunde el conocimiento.

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



Biblioteca de la Fundación Ramón Areces.

En el ejercicio 2009 la Fundación ha ampliado de manera significativa sus programas de impulso a la investigación, la formación de capital humano y la difusión del conocimiento. El apoyo a la investigación se ha materializado en la adjudicación de ayudas a 42 nuevos proyectos en el ámbito de las ciencias de la vida y de la materia, a los que se destinaron en su conjunto 4,4 millones de euros, cifra un 28% superior a la convocatoria precedente. Igualmente, en el área de las ciencias sociales la Fundación financió en 2009 un total de 24 proyectos de investigación.

A los programas de formación de capital humano se destinaron 3,1 millones de euros. Al finalizar el año 2009, la institución contaba con 113 becarios que ampliaban sus estudios de postgrado en los más prestigiosos centros de investigación y universidades del mundo (Harvard, Oxford, MIT, etc.). Asimismo, un total de 40 jóvenes graduados disfrutaban de prórrogas de becas para la realización de trabajos de investigación en centros y universidades españolas en las áreas de las ciencias de la vida y de la materia y de las ciencias sociales.

En el ámbito de la difusión del conocimiento, la Fundación organizó 68 actividades, que se desarrollaron en Madrid, Barcelona, Valladolid, Salamanca, Pamplona, Sevilla y Oviedo, duplicando el número de actos organizados en el ejercicio precedente. En estas actividades participaron 510 ponentes, de los cuales 304 fueron españoles y 206 extranjeros. En este ámbito, cabe igualmente destacar la participación de la Fundación junto con El Corte Inglés en el Foro “España innova”,

que cuenta con la colaboración institucional del Ministerio de Ciencia e Innovación y que tiene como objetivo contribuir a la difusión de las iniciativas de las Administraciones Públicas y de las experiencias de éxito de empresas e instituciones privadas, para lograr la mayor competitividad de la economía y de la sociedad españolas, por medio de la innovación, la investigación y el desarrollo.

La Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial - Universidad de Oviedo puso en marcha en 2009 la primera edición del Curso Experto en Dirección de Empresas de Distribución Comercial. En el curso participaron 24 alumnos licenciados en Administración y Dirección de Empresas, Ciencias de la Información, Derecho, Ciencias Empresariales, Ingeniería Técnica Industrial y Ciencias del Trabajo, que han realizado prácticas en centros de El Corte Inglés.

La Fundación Ramón Areces mantiene desde sus orígenes un apoyo constante a otras instituciones públicas y privadas. En 2009 se firmaron convenios con la Fundación Príncipe de Girona; Fundación Pasqual Maragall para la investigación sobre el Alzheimer; Fundación Abbott para estudiar el impacto socioeconómico de las enfermedades reumáticas; la Clínica Universidad de Navarra para financiar un ensayo clínico pionero con células progenitoras endoteliales; la Universidad Carlos III para la difusión de la cultura portuguesa en España;

Real Academia Nacional de Medicina para la edición del Diccionario de Términos Médicos; Fundación Bertelsmann, para impulsar la iniciativa social de los jóvenes y la Fundación General de la Universidad Autónoma de Madrid para la creación de tres másteres en Biociencias. Asimismo se firmaron convenios para la realización de actividades conjuntas con la Fundación para el Progreso del *Soft Computing*, Casa Asia, Fundación Consejo España-India, *Nature Publishing Group* y la Fundación Amigos de la Biblioteca Nacional de España.

En el marco de la mejora y ampliación de su visibilidad y de su proyección a la sociedad, la Fundación impulsó en 2009 la creación de una publicación propia de periodicidad semestral en formato papel y electrónico.



Acto de entrega de las ayudas a la investigación en ciencias de la vida y de la materia.

# Aportación a la Renta Nacional

En el ejercicio 2009, la aportación a la Renta Nacional por el Grupo de empresas El Corte Inglés fue de 3.819 millones de euros y su composición fue la siguiente:

CONCEPTO	MILLONES DE EUROS	%
Participación del personal	2.410,95	63,1
Remuneraciones	1.714,31	
Carga sociales	696,64	
Participación de la empresa	544,75	14,3
Participación de los accionistas	31,55	0,8
Participación del Estado, Comunidades Autónomas y Corporaciones Locales	831,73	21,8
TOTAL	3.818,98	100,0

APORTACIÓN A LA RENTA NACIONAL

