



WE SUPPORT

Informe de Progreso
Pacto Mundial 2009

Centros Comerciales Carrefour, S.A.



WE SUPPORT

Informe de Progreso Pacto Mundial 2009

Datos de la entidad: Centros Comerciales Carrefour, S.A.

- *Dirección web:* www.carrefour.es
- *Alto cargo:* Rafael Arias-Salgado Montalvo, Presidente
- *Fecha de adhesión:* 24/06/2002
- *Sector:* Comercio y distribución
- *Actividad:* Distribución
- *Desglose de grupos de interés:* Clientes, Empleados, Accionistas, Inversores, Proveedores, ONG y Comunidad RSC, Comunidades locales, Sociedad, Gobiernos y Administraciones públicas, Medio ambiente, Medios de comunicación, Organizaciones de consumidores, Sindicatos, Otros
- *Países en los que está presente:* España
- *Alcance del Informe de Progreso:* España
- *Como se está difundiendo el Informe de Progreso:* Soporte informático
- *Día de publicación del Informe:* miércoles, 01 de diciembre de 2010
- *Responsable:* Mariano Rodríguez Moya
- *Tipo de informe:* A



WE SUPPORT

Informe de Progreso Pacto Mundial 2009

• Carta de Renovación del Compromiso



CARTA DEL PRESIDENTE

El grupo Carrefour mantiene un compromiso firme con el desarrollo sostenible por lo que, fruto de ese compromiso, se unió en 2001 al Pacto Mundial de Naciones Unidas. Con esta adhesión la compañía integra los principios medioambientales y sociales de este Pacto como parte de su actuación y cultura.

Tenemos además la ambición de ser el comerciante preferido de nuestros clientes, los cuáles nos eligen por la confianza que le inspira la calidad de nuestros productos, por nuestros precios, porque somos respetuosos con el medio ambiente y porque actuamos para el ciudadano y permitimos el acceso a productos de calidad a un mayor número de personas.

De este modo, esta ambición es compatible con la realización de nuestro oficio de comerciante de modo responsable y sostenible. Debemos conciliar las necesidades de la sociedad con respecto a las reglas de la economía y la protección del entorno, por lo que el desarrollo sostenible ocupa un espacio central en nuestro proyecto de empresa y lo compartimos con nuestros colaboradores y proveedores.

En Carrefour compartimos además valores que rigen nuestra actividad: estamos comprometidos, atentos y positivos. Estos tres ejes resumen el comportamiento de los hombres y de las mujeres de Carrefour en materia de responsabilidad medioambiental, social y económica. Durante el último año, particularmente, nuestros colaboradores encarnaron estos valores y se movilizaron alrededor de acciones esenciales, como por ejemplo, la eliminación de las bolsas de un solo uso de la línea de cajas. Esta iniciativa, ha sido pionera en el sector de la distribución en nuestro país y supone una apuesta rotunda por fomentar la reutilización de materiales sostenibles.

La eliminación de las bolsas de un solo uso en línea de cajas ha sido quizá nuestra acción más notoria en materia medioambiental pero no hace sino complementar otras actuaciones desarrolladas por la compañía en 2009:

- Reducción del efecto invernadero, disminuyendo las emisiones de CO₂ y ahorrando hasta un 8% la energía de sus centros por metro cuadrado.



Informe de Progreso Pacto Mundial 2009

- Apuesta por la producción de energías renovables: más de 109.000 Kwh/año a través de cubiertas fotovoltaicas.
- Proyecto "Residuos Cero" con el que se ha conseguido reciclar el 62% de los residuos, así como la producción directa de energía mediante biometanización.
- Desarrollo de productos sostenibles como sus gamas Eco-Bio y Eco-Planet.
- Campañas de concienciación medioambiental: edición a sus clientes de un millón de guías gratuitas de consumo responsable.
- Formación medioambiental a la totalidad de los empleados del grupo.
- Aportación de 12.000 euros en premios para trabajos de investigación en el ámbito del medio ambiente y la seguridad alimentaria en las convocatorias anuales del "Premio Carrefour de Medio Ambiente".
- Proyecto escolar de sensibilización "Capacitados para cuidar el medio ambiente" para potenciar la inclusión de las personas con discapacidad en un espacio natural de convivencia.
- Reconocimiento de Carrefour por parte de Ecología y Desarrollo en la Segunda Edición del estudio 'Piensa en Clima'.

Por todo ello quisiera, en nombre del Consejo de Administración, transmitir mi agradecimiento a los clientes y proveedores por su confianza y a nuestros trabajadores por compromiso, atención y dedicación en el día a día.

Un cordial saludo.

Rafael Arias-Salgado Montalvo

• Metodología



DIAGNÓSTICO

Se necesita conocer lo que existe para saber qué necesidades tiene la entidad. Los indicadores de diagnóstico nos permiten identificar qué políticas, acciones y seguimiento se hace por cada Principio.



POLÍTICAS

Vienen recogidas mediante indicadores cualitativos que definen el marco de actuación en el cual se estructuran las acciones y los mecanismos de control y seguimiento de la entidad.



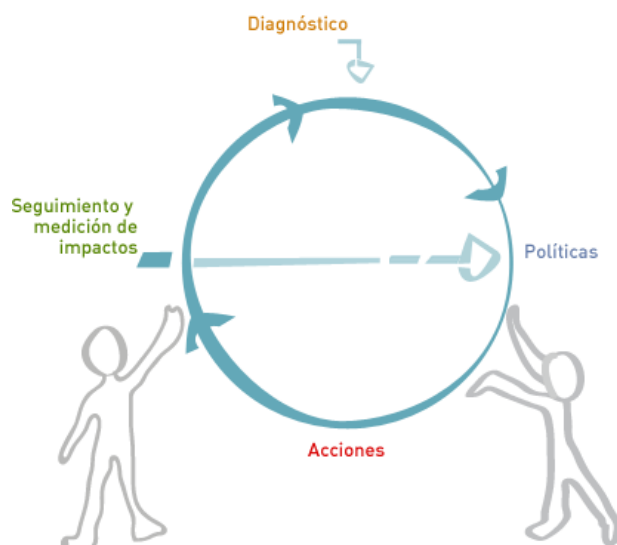
ACCIONES

Se implementan para dar cumplimiento a las políticas. Vienen descritas por medio de indicaciones cualitativas y cuantitativas. Input: Necesario un Input para conocer qué tipo de acciones han de llevarse a cabo. Si se prescinde de ese Input se corre el riesgo de implantar acciones inútiles o innecesarias.



SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS

Evaluación y control de los resultados obtenidos de las acciones implementadas. Viene reflejado en los indicadores cualitativos planteados. Output: Necesario dar a conocer los resultados para poder recibir de nuevo ideas sobre posibles mejoras necesarias.





• Principio 1

Las entidades deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.



DIAGNÓSTICO:

Indique si la entidad ha realizado un diagnóstico en el que se evalúan los diferentes factores de Derechos Humanos que afectan a la entidad (P1C2I1)

Respuesta: SI

Implantación: Nuestras directrices de responsabilidad social corporativa se basan en: La declaración Universal de los Derechos Humanos, los principios fundamentales OIT y los Principios que rigen la OCDE (Organización de Cooperación y el Desarrollo Económico). Asimismo, con la firma de la Carta Social de Carrefour basada en obligaciones propias de la Declaración de los Derechos Humanos y en los principios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), se garantiza que los proveedores cumplan seis obligaciones fundamentales: prohibir la esclavitud y el trabajo forzado, prohibir el trabajo de menores de 15 años, garantizar la libertad sindical y el derecho a la negociación colectiva, dar una remuneración que permita satisfacer las necesidades fundamentales de los trabajadores, instaurar unos horarios y unas condiciones laborales correctas y respetar la igualdad de oportunidades. Mas información: Informe Anual Centros Comerciales Carrefour 2009: http://www.carrefour.es/miscellaneous/informe_anual_2009.pdf Informe de Sostenibilidad 2009: http://www.carrefour.es/miscellaneous/informe_desarrollo_sostenible_2009.pdf Informe PYMES Agroalimentarias 2009: http://www.carrefour.es/miscellaneous/informe_pymes_09.pdf



POLÍTICAS:

¿Cuenta la entidad con políticas de Derechos Humanos? Describa en el campo de notas en qué medida se han implantado (P1C2I2)

Respuesta: SI

Implantación: En Carrefour es obligatoria la firma y el cumplimiento del Código Ético por todos nuestros colaboradores. Este documento se firma cuando se lleva a cabo la incorporación a la empresa, en él se recogen los valores que deben cumplir nuestros colaboradores. En el 2009 se definen 10 convicciones y 3 valores que reflejan la personalidad del Grupo Carrefour, y que conformar nuestro sueño: ser reconocido y apreciado por nuestra capacidad para mejorar la vida de nuestros clientes y consumidores cada día. Nuestras 10 convicciones son: * Los clientes y consumidores están en el centro de todo lo que hacemos. * Comprar en Carrefour debe ser sinónimo de simplicidad, placer y excelente relación calidad/ precio. * Debemos encantar a nuestros clientes y consumidores con productos y servicios innovadores,



sorprendentes, ofreciéndoles la mejor relación calidad/precio, y la calidad Carrefour. * La mejor relación calidad/precio se basa en unos precios competitivos y una imagen de precio positiva. * El multiformato es la mejor manera de encantar a nuestros clientes, en cualquier lugar, momento o situación. * Debemos hacer de Carrefour una marca querida. * Aspiramos a liderar en todos los mercados en los que estamos presentes y debemos ir un cuarto de hora por delante. * Nos esforzamos para que los hombres y mujeres de Carrefour prosperen, estén motivados y den lo mejor de sí mismos. Empleados felices y comprometidos hacen clientes felices. * Desarrollamos relaciones privilegiadas con nuestros principales socios y proveedores basadas en el éxito mutuo y duradero. * Adoptamos una política de desarrollo sostenible para todos. Nuestros 3 valores son: * Comprometidos * Atentos * Positivos

[Descargar el documento adjunto](#) 

Indique si la entidad cuenta con una política de atención al cliente o con un sistema de atención al cliente (para sugerencias, quejas, reclamaciones, etc.) (P1C4I2)

Respuesta: SI

Implantación: Carrefour a través de sus canales de comunicación promueve la comunicación y el diálogo con sus grupos de interés. * Escucha de los consumidores. Carrefour España lleva a cabo estudios con los consumidores y realiza encuestas de satisfacción * Mantiene un seguimiento durante el año de la tendencia de consumo y respuesta a la comunicación comercial Para reforzar el conocimiento del cliente: * Se analizan los comportamientos de compra * Se adopta un enfoque de marketing más orientado * Cuerpo a Cuerpo El objetivo de las reuniones de Cuerpo a Cuerpo es que nuestros clientes y aquellos, que no son clientes, conozcan nuestra oferta comercial y nuestros servicios, así como nuestras iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa. * Además se cuenta con el mostrador de atención directa al cliente en tienda, así como líneas telefónicas y correo electrónico * Call Center Durante el 2009 en el Call Center se han atendido 1.214.578 llamadas y gestionado 64.144 mails.



ACCIONES:

¿Dispone su entidad de una acción concreta en relación a este Principio que se haya llevado a cabo durante el presente ejercicio? En caso afirmativo, descríbala (P1C1I1)

Respuesta: SI

Implantación: La comunicación interna contribuye a que el sueño y el objetivo de la organización sea compartido por todos. Para ello, el área de Comunicación Interna trabaja con diferentes herramientas de comunicación para informar a todos los empleados: Tablones de comunicación, Intranet, revista interna, briefing plus y notes. Tablones Es la herramienta de comunicación con la que llegamos a más empleados con información actual al tener una periodicidad semana. En 2009: 900 noticias en tablones de hiper y 400 en tablones de super Intranet La herramienta más dinámica. Información en tiempo real de todo lo que sucede en la Compañía. Es el medio más rápido para todos los empleados que trabajan con ordenador. En el año 2009: 450 noticias Revista interna "Gente" Herramienta de comunicación que crea una identidad corporativa y es el medio de transmisión de la estrategia de la Compañía. • Implantado por igual en todos los centros de la compañía, y adaptado a cada unidad de negocio. • Periodicidad Trimestral Tirada de 38.000 ejemplares y más de 90.000 lectores Revista interna "Superiódico" Tirada de 5.200 ejemplares y más de 10.000 lectores Briefing Plus Herramienta de Comunicación Interna en la que los mandos son los primeros destinatarios. Su objetivo es ayudarles en la transmisión de



mensajes de viva voz a sus empleados, de esta manera reforzamos el orgullo de pertenencia. En el año 2009: 312 noticias Comunicación Externa En 2009 se atendieron un total de 2.895 demandas de información sobre la actividad de la compañía en España. De ellas, 1.370 correspondieron a solicitudes de medios de comunicación, 1.021 a otros públicos (Universidades, Cámaras de comercio, Embajadas, etc.) y 498 a públicos internos. La compañía apareció en un total de 10.196 noticias en prensa.

Indique si utiliza los resultados obtenidos de los mecanismos de seguimiento de las políticas de Derechos Humanos, en la planificación estratégica de la entidad (P1C215)

Respuesta: SI

Implantación: "Carrefour te escucha" es una herramienta que tiene como propósito recoger los comentarios y propuestas de los empleados para establecer posteriormente planes de mejora. Las reuniones se llevan a cabo una vez al año y concentran personal de hipermercados y supermercados

Indique si la entidad informa a sus clientes sobre la seguridad de sus productos y servicios. En caso afirmativo, indique de qué forma (P1C411)

Respuesta: SI

Implantación: Nuestras políticas establecen que la calidad y la seguridad de cara al cliente es nuestro eje diferenciador y una exigencia vigente a lo largo de la cadena logística y en general, a lo largo de toda la vida de los productos. Para informar a nuestros clientes sobre la seguridad de los productos y servicios se llevan a cabo las reuniones "Cuerpo a Cuerpo" en los puntos de venta, así como la participación en actos públicos. El papel de la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible, dependiente de la Dirección General, tiene entre sus principales misiones garantizar la calidad y la seguridad de los productos en la compra, proceso, logística y la venta. Podemos destacar la labor que se viene realizando con los proveedores de alimentación de productos frescos y productos gran consumo, fabricantes de nuestras marcas propias, en cuyas instalaciones se han realizado más de 206 auditorías agroalimentarias a lo largo del 2009, de las cuales 34 han sido auditorías sociales realizadas en el sector primario, para proveedores de frutas y hortalizas, basadas en la norma SA 8000. La mayor parte de las auditorías se han realizado utilizando los estándares IFS (International Food Standard). Para garantizar la seguridad sanitaria óptima, hay una serie de herramientas y procedimientos para tramitar cualquier sospecha de falta de conformidad: * red de vigilancia que transmite la alarma * análisis que permiten definir los productos dudosos y ponerse en contacto con los proveedores afectados * dispositivo de comunicación rápido e informatizado para ordenar la retirada de los productos de las tiendas, si es preciso



SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS:

Indique si dispone de mecanismos de seguimiento de las políticas de Derechos Humanos de la entidad. Descríbalas (P1C213)

Respuesta: SI

Implantación: Carrefour España mantiene distintos canales de comunicación abiertos para facilitar y fomentar el diálogo con sus grupos de interés, eje fundamental de la estrategia de sostenibilidad de Carrefour España. Esta política de Carrefour España se basa en el diálogo constante con sus grupos de interés además de ofrecerles información continua,



Informe de Progreso Pacto Mundial 2009

transparente y veraz de las actividades que desarrolla. El diálogo, entendido como un proceso de escucha y de comunicación, es fundamental para lograr uno de nuestros principales objetivos: aportar a nuestros grupos de negocio el máximo valor posible de una forma sostenida en el tiempo. Nuestros principales grupos de interés son nuestros empleados, nuestros clientes, nuestros proveedores y la sociedad en general. El compromiso de Carrefour España con cada uno de ellos nace del diálogo constante, sencillo y directo que la compañía promueve y cuida desde hace años. Para ello, las herramientas que utilizamos para relacionarnos y comunicarnos en interno son: intranet, paneles y revista interna y formación. Por su parte, la difusión en externo se realiza a través de la web, notas de prensa y actos de representación en los que se encuentra presente Carrefour. Asimismo, son de destacar la publicación de los Informes Anuales, de los Informes de Sostenibilidad, de los Informes de las PYMEs, así como la participación en Comités de ANGED, ACES, AECOC, CEOE, entre otros.

Indique si la entidad dispone de un auditor externo para la verificación del cumplimiento de sus políticas de Derechos Humanos, como mecanismo de seguimiento (P1C2I4)

Respuesta: SI

Implantación: Las auditorías sociales permiten al Grupo Carrefour garantizar el respeto de los Derechos Humanos en su cadena de abastecimiento y fomentar la responsabilidad social entre sus proveedores. Las calificaciones atribuidas por los auditores se escalonan de A (conformidad con la carta con implementación de buenas prácticas) a D (situación crítica que exige la puesta en marcha de acciones correctivas importantes). En caso de observarse no conformidades (calificación B y C), los proveedores tienen que aplicar un plan de acciones correctivas. Las auditorías sociales se realizan por organismos externos acreditados sobre referenciales internacionalmente reconocidos como SA 8000.

Porcentaje de empleados informados sobre los principios éticos por los que se rige la entidad. Describa en el campo de notas los canales de comunicación utilizados para informar a los empleados (P1C3I1)

Respuesta: 100 %

Implantación: Todos los empleados se forman cuando ingresan en la plantilla de Carrefour a través del curso "Conoce Carrefour", donde se difunden las Políticas de la Compañía, entre las que se encuentran las relacionadas con los temas de Derechos Humanos. También las diferentes herramientas: intranet, revista interna, paneles, etc, se utilizan para difundir las revisiones de las Políticas. Código Ético firmado por los colaboradores. Respecto a la formación impartida en los distintos centros: en los Centros Carrefour se cumplieron todos los objetivos marcados por la compañía a principios de año. Con 548.177 horas de formación, el 1,19 % de las horas trabajadas se han dedicado a la formación de los equipos. En 2009, centramos nuestros esfuerzos en hipermercados en acompañar la implantación del nuevo modelo organizativo para lo que formamos a todos los Mandos de nuestros centros y la plantilla base de los sectores de Cajas, PGC, PFT, RR.HH. y Back Office con un total de 23.749 participantes, pero sin olvidarnos de los proyectos estratégicos de compañía como Nuestras Marcas (17.476 participantes) ni los básicos que componen la formación obligatoria de cualquier empleado como su formación de Inicio, Prevención, Proyecto Cliente, Etiquetado y Cadena de Frío o formación en procesos como el inventario. En Carrefour Express, también se cumplieron todos los objetivos marcados para el ejercicio, con 78.085 horas de formación y 17.069 participantes, que correspondieron al 1,22% de las horas trabajadas. En 2009, la actividad más destacada en Supermercados fue el "Proyecto Cliente", en el que se formaron 3.614 personas con el objetivo de mejorar la calidad de servicio al cliente a través de la amabilidad, la disponibilidad y la profesionalidad. Terminamos de implantar el Modelo Organizativo Carrefour Express, formando a las tiendas de las últimas oleadas con 2.453 participantes y



aseguramos la formación obligatoria de nuestros colaboradores en formación de Inicio, Prevención y Manipulación, a través de los cursos de formación continua de Calidad.

Indique el número y tipo de incumplimientos de normativas referentes a la salud y seguridad del cliente (P1C4I3)

Respuesta: 0

Implantación: Cumplimos con la reglamentación vigente en materia de seguridad e higiene y calidad. Dentro de nuestras Políticas, está el desarrollo de gamas de producto que van más allá, y que están basados en un alto valor de nutrición-salud-medio ambiente: Carrefour Kids (dirigido a niños), Carrefour Ecobio: productos de alimentación de producción ecológica certificada, Carrefour Eco planet...Carrefour Selección. Es la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible de Carrefour la que gestiona la calidad y la seguridad de los productos, para ello cuenta con un equipo interno de 70 técnicos que se encarga de que se cumplan las misiones asignadas. La Dirección cuenta con el apoyo y la colaboración de asesores que forman el Comité Científico donde se tratan temas de nutrición, microbiología, toxicología, medio ambiente y con la colaboración de los laboratorios externos contratados para llevar a cabo la realización de análisis y auditorias tanto de proveedores como de punto de venta.

Indique el número de demandas ratificadas por organismos reguladores oficiales o similares para la supervisión o regulación de salubridad y seguridad de los productos y servicios (P1C4I4)

Respuesta: 0

Implantación: No hay demandas a tal efecto. Cumplimos con la Normativa vigente específica para los productos y servicios que ofertamos. Tenemos establecidos acuerdos de colaboración con las administraciones públicas oportunas. Las discrepancias existentes con la administración que pudieran surgir con respecto a estos temas se resuelven en reuniones y asesorías llevadas a cabo por la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible y los laboratorios externos con los Puntos de Venta o con las Administraciones Públicas.

Indique el número de incumplimientos de normativas sobre información y etiquetado de productos recibidos (P1C4I5)

Respuesta: 0

Implantación: La Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible en colaboración con los laboratorios externos, es la encargada de implantar y validar el etiquetado de los productos de marca propia. Existen verificadores de calidad que bloquean o rechazan los productos en los que se detectan incidencias para evitar que lleguen al consumidor final.

• Resumen de Implantación:



WE SUPPORT

Informe de Progreso Pacto Mundial 2009

Principio 1	Diagnóstico	Políticas	Acciones	Seguimiento y medición de impactos
Clientes	R.:posicionamiento O.:información cada vez más precisa	R.:compromiso, satisfacción O.:comunicación precisa y fluida, ajustar los servicios a las necesidades de nuestros clientes	R.:precios competitivos, calidad y seguridad O.:mejorar la vida de nuestros clientes y consumidores cada día, comunicación precisa y permanente	R.:seguimiento O.:análisis de satisfacción
Empleados	R.:compromiso O.:formación ajustada a cada puesto de trabajo	R.:compromiso O.:mejora de las condiciones de trabajo	R.:comunicación O.:evaluación permanente	R.:comunicación O.:indicadores de seguimiento
Accionistas	R.:relaciones privilegiadas O.:ventas	R.:control de riesgos O.:ventas	R.:análisis de resultados O.:ventas	R.:indicadores O.:seguimiento
Inversores	R.:relaciones privilegiadas O.:ventas	R.:control de riesgos O.:ventas	R.:análisis de resultados O.:ventas	R.:indicadores O.:seguimiento
Proveedores	R.:relaciones privilegiadas O.:ventas	R.:compromiso O.:ventas / satisfacción	R.:vinculos firmes O.:relaciones duraderas	R.:indicadores O.:seguimiento
ONG y Comunidad RSC	R.:proyectos de colaboracion O.:relaciones duraderas	R.:proyectos solidarios y medioambientales O.:comunicación fluida	R.:apoyo O.:ampliar nuestros vinculos	R.:indicadores O.:seguimiento
Comunidades locales	R.:atentos a las necesidades de las comunidades locales O.:fortalecimiento de relaciones	R.:desarrollo local O.:relaciones duraderas	R.:apoyo O.:implicarnos en la vida local	R.:cercania O.:indicadores de seguimiento
Sociedad	R.:proyectos solidarios O.:generación de empleo y protección del medioambiente	R.:compromiso O.:ajustar servicios a las necesidades	R.:colaboración O.:compromiso continuo	R.:cercania O.:indicadores de seguimiento



WE SUPPORT

Informe de Progreso Pacto Mundial 2009

Gobiernos y Administraciones públicas	R.:colaboración O.:relaciones duraderas	R.:colaboración O.:comunicación fluida	R.:escucha activa O.:relaciones sólidas	R.:interlocutores locales O.:indicadores de seguimiento
Medio ambiente	R.:mejora continua O.:protección de los recursos naturales	R.:compromiso O.:responder a las exigencias	R.:desempeño medioambiental O.:ahorro de recursos	R.:compromiso con el desarrollo sostenible O.:trabajo conjunto
Medios de comunicación	R.:comunicación fluida O.:fortalecimiento de relaciones	R.:colaboración O.:fortalecer relaciones	R.:apoyo O.:transparencia	R.:trabajo conjunto O.:coordinación permante
Organizaciones de consumidores	R.:compromiso permanente con los consumidores O.:fortalecimiento de relaciones	R.:compromiso O.:ajustar los servicios a las necesidades	R.:comunicación fluida O.:relaciones duraderas	R.:comunicación O.:apoyo creciente
Sindicatos	R.:diálogo social O.:trabajo conjunto	R.:diálogo O.:comunicación fluida	R.:escucha activa O.:conciliación familiar	R.:comunicación O.:trabajo conjunto
Universidades,	R.:trabajo conjunto O.:fortalecimiento de relaciones	R.:trabajo conjunto O.:relaciones duraderas	R.:colaboración O.:comunicación continua	R.:comunicación O.:apoyo creciente

R.: Respuesta

O.: Objetivo



• Principio 2

Las entidades deben asegurarse de que sus entidades no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.



DIAGNÓSTICO:

Indique si la entidad dispone de un diagnóstico en cuanto a los riesgos de su cadena de suministro (proveedores, subcontratas, etc.) y por lo tanto la clasifica en función de su tamaño, país, producto y sector de actividad. Indique, en el campo de notas, si la entidad favorece a los proveedores que disponen de certificaciones (SA 8000, ISO 9001, etc.) (P2C211)

Respuesta: SI

Implantación: En función del riesgo, se exige la certificación social y/o medioambiental para terceros y proveedores de nuestras marcas propias. Todo proveedor de marca propia tiene que tener un sistema de calidad, que es auditado de forma interna o externa y que es gestionado por la Dirección de Calidad. Un proveedor que no tenga estos sistemas, no es homologado.



POLÍTICAS:

¿Cuenta la entidad con políticas que regulen las relaciones con los proveedores basadas en el respeto de Derechos Humanos? Indique, en el campo de notas, si la entidad registra y responde a las quejas y comentarios de/sobre los proveedores y subcontratistas (P2C312)

Respuesta: SI

Implantación: Dependiendo del servicio que preste el proveedor o prestatario, las quejas/comentarios son recogidos de forma diferente por cada una de las direcciones implicadas. Los proveedores que no superan las auditorías sociales son dados de baja.



ACCIONES:

¿Dispone su entidad de una acción concreta en relación a este Principio que se haya llevado a cabo durante el presente ejercicio? En caso afirmativo, descríbala (P2C111)

Respuesta: SI

Implantación: En España, durante el 2008 se llevaron a cabo 55 auditorías sociales, y en el 2009 se realizaron 34



auditorías realizadas en el sector primario a proveedores de frutas y verduras. En el 2010 se tiene previsto llevar a cabo 30 auditorías a proveedores de marca propia y a productos y zonas de más riesgo: producción de fresa y de hortalizas de zonas de cultivo intensivas. Se incluirá una ampliación de la parte medioambiental según la norma EMAS.



SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS:

Indique el porcentaje de proveedores que disponen una certificación sobre el total (P2C2I2)

Respuesta: 85 %

Implantación: El 85 % de nuestros proveedores poseen certificaciones de calidad, social y/o medioambiental. El resto de proveedores tienen sistemas propios, no certificados, basados en las normas de calidad, social y/o medioambiental existentes, verificadas y/o auditadas por la Dirección de Calidad.

• Resumen de Implantación:

Principio 2	Diagnóstico	Políticas	Acciones	Seguimiento y medición de impactos
Proveedores	R.:medición O.:indicadores de seguimiento	R.:compromisos O.:reclamaciones cero	R.:seguimiento O.:análisis de indicadores	

R.: Respuesta

O.: Objetivo



• Principio 3

Las entidades deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.



DIAGNÓSTICO:

Indique si existen factores de riesgo que puedan poner en peligro el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva (P3C3I2)

Respuesta: No

Implantación: No existen factores de riesgo



POLÍTICAS:

¿Cuenta la entidad con una política de información, consulta y negociación con los empleados? (P3C2I1)

Respuesta: SI

Implantación: Carrefour respeta la libertad de asociación sindical de sus colaboradores de acuerdo con la legislación vigente. Cuenta además con un Comité de Dirección que funciona como un órgano de gobierno, donde están representadas todas las direcciones y donde se acuerdan las decisiones sobre la organización. Además a través de la Encuesta de Clima Laboral y la herramienta "Carrefour te escucha" se han hecho llegar a la Dirección de la compañía las sugerencias y quejas de todos y cada uno de los colaboradores.



ACCIONES:

¿Dispone su entidad de una acción concreta en relación a este Principio que se haya llevado a cabo durante el presente ejercicio? En caso afirmativo, descríbala (P3C1I1)

Respuesta: SI

Implantación: En junio de 2009, Carrefour y representantes legales de los trabajadores firmaron los protocolos de intervención para el tratamiento de las denuncias de acoso moral, sexual y/o por razón de sexo en el centro de trabajo. Carrefour dentro de su responsabilidad social como empresa, proporciona a sus empleados un entorno laboral libre de acoso, en el que se respeta la dignidad del trabajador y se facilita el desarrollo de las personas.



SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS:

¿Dispone la entidad de procedimientos de seguimiento y medición que garantizan la representación formal de los trabajadores en la toma de decisiones o en la gestión de la organización? En caso afirmativo, descríbalos (P3C2I2)

Respuesta: SI

Implantación: Si, a parte de las elecciones sindicales, las políticas internas Carrefour permiten que a través de las encuestas y de las herramientas creadas para tal fin, se reciban las quejas y sugerencias de los colaboradores. Una de las herramientas creadas para realizar el "seguimiento Profesional" de los colaboradores, también nos sirve de canalización del estado de satisfacción de éstos.

¿Dispone la entidad de mecanismos para escuchar, evaluar y hacer un seguimiento de las posturas, preocupaciones, sugerencias, críticas de los empleados con el propósito de aprender y adquirir nuevos conocimientos? En caso afirmativo, descríbalos (P3C3I1)

Respuesta: SI

Implantación: Algunos de los mecanismos son: "Carrefour te escucha", Encuesta de Clima Laboral, Elecciones Sindicales, Seguimiento Profesional y reuniones departamentales.

• Resumen de Implantación:

Principio 3	Diagnóstico	Políticas	Acciones	Seguimiento y medición de impactos
Empleados	R.:comunicación/negociación	R.:convenio colectivo	R.:nuevos protocolos	R.:escucha, información
	O.:mayor representación	O.:mayor representación	O.:indicadores de seguimiento	O.:indicadores de seguimiento, mecanismos de seguimiento

R.: Respuesta

O.: Objetivo



• Principio 4

Las entidades deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.



DIAGNÓSTICO:

Indique si el trabajo forzoso es un factor de riesgo en su entidad, dado el tipo de actividad a la que se dedica (P4C2I1)

Respuesta: No

Implantación: Se controla a través de las distintas auditorías realizadas a los proveedores y no se han detectado no conformidades con respecto a este punto. Además se difunden las políticas sociales a proveedores, haciéndolas también públicas en las intervenciones que se realizan desde la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible en los diferentes eventos externos en los que participa.



POLÍTICAS:

Indique si la entidad dispone de políticas que regulan el número de horas de trabajo establecidas y la remuneración de los trabajadores. Descríbalas (P4C2I2)

Respuesta: SI

Implantación: Las políticas están establecidas en los convenios colectivos del sector y los acuerdos se definen en los comités intercentros. Se encuentran dispuestas a disposición de los colaboradores. Todos los trabajadores conocen y tienen información del salario, horas de trabajo, vacaciones, ventajas comerciales, etc., objetivos que deben cumplir y objetivos cumplidos, que están relacionados con el puesto que desempeñan.



ACCIONES:

¿Dispone su entidad de una acción concreta en relación a este Principio que se haya llevado a cabo durante el presente ejercicio? En caso afirmativo, descríbala (P4C1I1)

Respuesta: SI

Implantación: Estamos sujetos al convenio colectivo que impide todo tipo de trabajo forzoso. Es de resaltar que en el 2009 se publicó un dossier actualizado para los empleados con el desglose de los beneficios sociales así como de las ventajas de las que pueden disfrutar en todas las filiales, servicios propios y empresas externas. Se cuenta con un



departamento de Prevención de Riesgos Laborales que vela por la seguridad y la salud de los trabajadores. Asimismo, se ha reforzado la mejora de la jornada laboral a través del fomento de la polivalencia de los puestos de trabajo, gracias al amplio abanico de potenciales funciones y formatos con los que cuenta la compañía.

• Resumen de Implantación:

Principio 4	Diagnóstico	Políticas	Acciones	Seguimiento y medición de impactos
Empleados	R.:seguimiento	R.:comunicación	R.:comunicación	
	O.:continuidad	O.:indicadores de seguimiento	O.:indicadores de seguimiento	

R.: Respuesta

O.: Objetivo



• Principio 5

Las entidades deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.



DIAGNÓSTICO:

Indique si el trabajo infantil es un factor de riesgo en su entidad, dado el tipo de actividad a la que se dedica (P5C211)

Respuesta: No

Implantación: En España no es un factor de riesgo para nuestra actividad



POLÍTICAS:

Indique si la entidad dispone de políticas sobre la prohibición del trabajo infantil (para trabajos normales, trabajadores de menos de 15 años o de 18 en caso de trabajos peligrosos) que comunica abiertamente (P5C212)

Respuesta: SI

Implantación: Carrefour cumple con la legislación vigente. La firma del OIT, la ética de Carrefour y la notificación a proveedores. No se lleva a cabo la contratación de menores de 18 años.



ACCIONES:

¿Dispone su entidad de una acción concreta en relación a este Principio que se haya llevado a cabo durante el presente ejercicio? En caso afirmativo, describala (P5C111)

Respuesta: SI

Implantación: A nivel interno el trabajo infantil no es un factor de riesgo. Con respecto a los proveedores y a los componentes de la cadena de suministro, se realizan auditorías sociales para comprobar que se cumplen y se respetan todos los principios de los Derechos Humanos.

• Resumen de Implantación:



Informe de Progreso Pacto Mundial 2009

Principio 5	Diagnóstico	Políticas	Acciones	Seguimiento y medición de impactos
Empleados	R.:cumplimiento O.:seguimiento	R.:compromiso O.:indicadores de seguimiento	R.:compromiso O.:seguimiento y control	

R.: Respuesta

O.: Objetivo



• Principio 6

Las entidades deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.



DIAGNÓSTICO:

Indique si la entidad ha realizado un diagnóstico para analizar los riesgos de discriminación en la contratación, formación y promoción. (P6C2I2)

Respuesta: SI

Implantación: Durante el 2008 se llevó a cabo la implantación del "Plan de Igualdad Carrefour", que constituye un compromiso formal con el fin de prevenir y erradicar posibles situaciones de desigualdad existente entre hombres y mujeres en la empresa.



POLÍTICAS:

¿Dispone la entidad de una política de anti-discriminación y/o de igualdad de oportunidades? Descríbala. (P6C2I3)

Respuesta: SI

Implantación: Según se establece en el convenio colectivo se presta especial atención al cumplimiento de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el acceso al empleo, la promoción profesional, la formación, la estabilidad en el empleo y la igualdad salarial en trabajos de igual valor.



ACCIONES:

¿Dispone su entidad de una acción concreta en relación a este Principio que se haya llevado a cabo durante el presente ejercicio? En caso afirmativo, descríbala. (P6C1I1)

Respuesta: SI

Implantación: Ninguna persona en Carrefour es discriminada por raza, discapacidad física, edad, religión, nacionalidad o sexo. Se cuenta con colaboradores de distintas nacionalidades, americana, africana, asiática y europea, así como de diferentes religiones. Se aplican políticas de integración laboral orientadas a personas con riesgo de exclusión social o discapacidad. A final de 2009 trabajaban en la compañía 802 personas con discapacidad.



SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS:

Indique si la entidad hace públicos la composición de la alta dirección y de los órganos directivos de gobierno corporativo (incluyendo Consejo de Administración), el ratio de diversidad de género (mujeres/hombres) y otros indicadores de diversidad culturalmente apropiados. (P6C211)

Respuesta: SI

Implantación: En 2009, Carrefour España contaba con un equipo humano de más de 43.000 personas de las que 33.560 trabajan a jornada completa. Es un equipo joven, compuesto en un 68 % por mujeres. Estos datos son publicados anualmente en los Informes de Sostenibilidad.

¿Dispone su entidad de un mecanismo/responsable para el tratamiento y gestión de las acusaciones de discriminación, acoso, abuso o intimidación? (P6C311)

Respuesta: SI

Implantación: En el 2009 se firmaron los Protocolos de Intervención para el tratamiento de las denuncias de acoso moral, sexual y/o por razón de sexo en el Centro de Trabajo. Carrefour, dentro de su responsabilidad social como empresa, proporciona a sus empleados un entorno laboral libre de acoso, en el que se respeta la dignidad del trabajador y se facilita el desarrollo de las personas.

Número de expedientes abiertos y resueltos por acusaciones de acoso, abuso o intimidación en el lugar de trabajo. (P6C312)

Respuesta: 4

Implantación: Los 4 casos resueltos

• Resumen de Implantación:

Principio 6	Diagnóstico	Políticas	Acciones	Seguimiento y medición de impactos
Empleados	R.:igualdad	R.:igualdad	R.:igualdad	R.:igualdad
	O.:indicadores de seguimiento	O.:seguimiento de indicadores	O.:indicadores de seguimiento	O.:indicadores de seguimiento

R.: Respuesta

O.: Objetivo



• Principio 7

Las entidades deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.



ACCIONES:

¿Dispone su entidad de una acción concreta en relación a este Principio que se haya llevado a cabo durante el presente ejercicio? En caso afirmativo, descríbala. (P7C111)

Respuesta: SI

Implantación: Reducción de las emisiones a la atmósfera como resultado de nuestras acciones logísticas: se han reducido las emisiones de CO2 un 15,46 %, al reducir en un 14,48 % el número de kilómetros recorridos. Esto se ha llevado a cabo gracias a la reingeniería continua de flujos, el acercamiento de la red logística a nuestros clientes, el uso del transporte intermodal; y el incremento de la rotación y la comodidad de la flota. Reducción del consumo de agua: se ha reducido un 10,3% el consumo de agua en m3 por m2 de superficie de venta de 2008 a 2009 gracias a las acciones de ahorro implantadas. Con el Proyecto "Residuos Cero" se ha conseguido reciclar el 62% de los residuos así como la producción directa de energía mediante biometanización. Se colabora con diversas entidades sin ánimo de lucro financiando varios de sus de recuperación, conservación y desarrollo del Medio Ambiente y la Biodiversidad, enfocados fundamentalmente en 3 grandes áreas: 1. El agua, como fuente de vida. 2. Desarrollo y conservación de vida terrestre. 3. Desarrollo y conservación de vida marítima. * Cuidando nuestro mar: Carrefour junto con Global Nature buscan a través de este proyecto combatir la avalancha de residuos que afecta al medio marino, promoviendo sensibilización de la sociedad y organizando acciones de limpieza y educación ambiental a lo largo de nuestras costas. * Conservación de caballitos de mar: En 2009 Carrefour y Global Nature unen sus fuerzas y firman un convenio de colaboración con el objetivo de crear las bases de un proyecto para la conservación del caballito de mar del Mar Menor y, a su vez, desarrollar un centro experimental para estudiar la reproducción de estos animales en cautividad. Se consigue cinco meses después, y por primera vez en España, que en el Centro Experimental de Reproducción de Caballitos de Mar en Cautividad, el nacimiento de cerca de un centenar de ejemplares de *Hippocampus Guttulatus Mar Menor*. (Esta población de caballitos de mar ha sufrido una importante regresión y, por ello, se integra en el libro rojo de los vertebrados en peligro de extinción de la Región de Murcia). * Alas sobre el agua: Desde 2009 Carrefour ha financiado la recuperación y regeneración de un tramo del río Manzanares en el Parque Regional del Sureste de la Comunidad de Madrid y diferentes áreas naturales del Parque Nacional de la Albufera en Valencia. * Más osos, menos CO2: En colaboración con Fapas, en el Concejo de Degaña, en el 2009 se ha plantado el "Bosque Carrefour" ubicado en el límite de Asturias y León. El territorio forma parte del Parque Natural de Fuentes del Narcea, siendo uno de los territorios de la Cordillera Cantábrica con mayor valor biológico. Forma parte actual del hábitat del oso pardo y el urogallo.

Indique si la entidad posee iniciativas enfocadas a la reducción del consumo de energía, de agua, de emisiones a la atmósfera, vertidos de agua o iniciativas enfocadas a la mejora de la biodiversidad. (P7C2I2)



Respuesta: SI

Implantación: En Carrefour España llevamos a cabo acciones orientadas al desarrollo sostenible. Especialmente desde el año 2007, hemos puesto en marcha el proyecto de "edificios eco-sostenibles", cuyo objetivo es optimizar la eficacia de nuestras tiendas, a través del funcionamiento de mecanismos automatizados, la consideración de criterios de eficiencia desde la fase de obras, la aplicación de nuevas tecnologías y la creación de unidades de centralización de consumos. Las nuevas aperturas Carrefour Market se realizan teniendo en cuenta todos los criterios de edificios eco-sostenibles, criterios que también son tenidos en cuenta en la transformación de los centros actuales de Carrefour Express al nuevo formato de Carrefour Market. Los edificios eco-sostenibles reducen el impacto global ya que no sólo permiten la reducción del consumo energético que se traduce en la disminución de las emisiones de gases de efecto invernadero a la atmósfera, sino que incluyen mejoras para el confort, la disminución del consumo de agua y la correcta gestión de los residuos generados. Específicamente, la reducción del consumo energético se logra mediante medidas implantadas en el sistema de frío alimentario, en el sistema de climatización y en la iluminación. Algunas de las medidas implantadas en el sistema son las siguientes: Sistema de frío alimentario: • Condensación flotante: adecuación del consumo energético en relación a la temperatura externa • Subenfriamiento de líquidos: incremento del rendimiento termodinámico en la instalación. • Anti-vaho pulsante: conexión alternante en las resistencias de los cristales de los congelados. • Variadores de velocidad de compresores: variador de revoluciones del compresor a demanda. • Variadores de ventilación de condensación: variador de revoluciones de ventilación a demanda. • Instalación de puertas en mobiliario frigorífico Sistema de climatización: • SAS acceso a clientes: eliminación de corrientes de aire del exterior al interior del edificio • Altura de impulsión clima: reducción de la altura de impulsión y los metros cúbicos de climatización • Domotizado del clima: programación horaria de encendidos y apagados del clima • Sondeas de temperatura en la sala de ventas: regulación del SET de temperatura de verano / invierno • Eliminación del pasillo de frío: reducción de sensación térmica en los pasillos de los lineales de Productos de Libre Servicio • Instalación de puertas en mobiliario frigorífico Sistema de iluminación: • Alumbrado exterior automatizado: programación del alumbrado exterior por sensor de luminosidad • Rótulo de LED continuo: rótulo de cordón continuo de LED de Neón • Iluminación ECO-PLUS • Reducción de alumbrado acento • Detectores de presencia Cabe resaltar que estas mejoras producen un ahorro de consumo energético del 30 % sobre una tienda comparable actual. Carrefour se convierte en la primera compañía de distribución en España en eliminar de forma definitiva las bolsas de un solo uso de la línea de cajas. La iniciativa, pionera en el sector de la distribución, se ha implantado de forma progresiva en la totalidad de los centros durante el 2009 y ha supuesto una apuesta rotunda por fomentar la reutilización de materiales sostenibles.



SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS:

Porcentaje de recursos sobre el total de ingresos brutos destinados a campañas de sensibilización y formación medioambiental %. (P2C211)

Respuesta: 1 %

Implantación: La formación presencial en desarrollo sostenible se ha realizado en interno a través de la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible y el Departamento de Formación. Sin embargo, es de resaltar los más de 600.000 euros destinados a proyectos de biodiversidad, sin contar con los costes derivados del estudio de auditorías y trabajos diversos realizados en el lanzamiento de los productos Eco Bio y Eco Planet y de pesca responsable. Respecto a la formación impartida en los hipermercados se cumplieron todos los objetivos marcados por la compañía a principios de año. Con 548.177 horas de formación, el 1,19 % de las horas trabajadas se han dedicado a la formación de los equipos En Carrefour



Express, también se cumplieron todos los objetivos marcados para el ejercicio, con 78.085 horas de formación y 17.069 participantes, que correspondieron al 1,22% de las horas trabajadas VI Premio Carrefour de Medio Ambiente: Con el objetivo de fomentar la innovación y reconocer el esfuerzo y trabajo de los jóvenes universitarios en su compromiso con el Medio Ambiente. El tema propuesto en la convocatoria del 2009 ha sido "Desarrollo Sostenible y Cambio Climático". Los proyectos de investigación presentados estaban dirigidos a la protección del medio ambiente, enfocados a mitigar el cambio climático y/o a evolucionar hacia un modelo de desarrollo más sostenible y siempre en relación con el sector de la distribución en el que se engloba la actividad desarrollada por nuestra compañía. En el 2009 el VI Premio Medio Ambiente Carrefour fue otorgado al departamento de Química Física de la Universidad de La Laguna dotado con la cantidad de 9.000 €

• Resumen de Implantación:

Principio 7	Diagnóstico	Políticas	Acciones	Seguimiento y medición de impactos
Varios grupos de interés			R.:compromiso, compromiso O.:mejora continua, mejora continua	

R.: Respuesta

O.: Objetivo



• Principio 8

Las entidades deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.



DIAGNÓSTICO:

Indique si la entidad ha realizado un diagnóstico para analizar los riesgos y responsabilidades en materia medioambiental teniendo en cuenta el sector de su actividad así como si la entidad tiene certificaciones medioambientales (ISO 14001, JIS Q 14001, EMAS certification, etc.). (P8C2I4)

Implantación: La compañía realiza anualmente una evaluación de los riesgos ambientales derivados de nuestra actividad con el fin de prevenir y disminuir aquellos que resultan más significativos, implantando medidas correctivas y preventivas que son revisadas en los planes de seguimiento anuales. Esta evaluación se realiza a través de Auditorías según norma EMAS llevadas a cabo por una empresa externa especializada en medio ambiente. Se analizan, entre otros aspectos, la legislación aplicable, el entorno donde está integrado el centro, el estado de las instalaciones, la gestión de los residuos, el consumo de recursos, las emisiones, los vertidos, la eficiencia energética, etc.



POLÍTICAS:

Indique si la entidad posee una política medioambiental, ya sea independiente o integrada dentro de otra serie de políticas. (P8C2I1)

Respuesta: SI

Implantación: FOMENTAR EL RESPETO AL MEDIO AMBIENTE Reducir el impacto de nuestras actividades sobre el medio ambiente Sensibilizar a nuestros clientes sobre la reducción de los contaminantes Reducir la repercusión de nuestras actividades sobre el efecto invernadero Proyecto "Residuos Cero" Reducción del consumo energético del Grupo en un 30% de aquí al 2020 Nuestra política ambiental se integra con otros principios fundamentales para la compañía GARANTIZAR LA CALIDAD Y LA SEGURIDAD Permitir a todos nuestros clientes acceder a la calidad al mejor precio Controlar nuestros productos para seguridad Garantizar la trazabilidad de nuestros productos por medio de nuestras herramientas FAVORECER EL DESARROLLO LOCAL Favorecer un abastecimiento local Dar prioridad a la contratación y la promoción de los equipos locales Dinamizar el tejido económico dando preferencia a las colaboraciones con las PYMES Proponer marcas propias o de enseña que perpetúen el saber hacer local DESARROLLAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Promover el respeto de los derechos del trabajo en nuestras tiendas y en los establecimientos de nuestros proveedores Facilitar la inserción social Contratar a trabajadores discapacitados PROMOCIONAR LA ETICA Y LA SOLIDARIDAD Estimular los comportamientos responsables de nuestros trabajadores, socios y clientes Desarrollar acciones solidarias Ayudar a las poblaciones desfavorecidas en los países donde el Grupo esté implantado a través de la Fundación Internacional Carrefour



ACCIONES:

¿Dispone su entidad de una acción concreta en relación a este Principio que se haya llevado a cabo durante el presente ejercicio? En caso afirmativo, descríbala. (P8C111)

Respuesta: SI

Implantación: A lo largo de 2009 han sido numerosos los reconocimientos en el ámbito del desarrollo sostenible: 9º Premio Doñana: "Premio Empresarial al Desarrollo Sostenible a la gran empresa con implantación en la Comunidad Autónoma" a CARREFOUR, valorando su decidida puesta en valor y la promoción que realiza sobre productos ecológicos y de Andalucía, como valor añadido a la producción básica, por la adopción de criterios y prácticas sostenibles, como por ejemplo la campaña contra el uso de bolsas de plástico, y la incorporación en su política empresarial de un compromiso con el medio ambiente, como oportunidad de diferenciación con respecto a otras empresas". "Piensa en clima" es un proyecto promovido por Ecología y Desarrollo subvencionado por el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino y con la colaboración de Climate Counts, que ayuda a reconocer el esfuerzo de las empresas que se están implicando en prevenir el cambio climático desde su actividad; informa a los consumidores de manera clara y objetiva para ayudarles a escoger; y señala un camino para aquellas empresas que aún no se han planteado la necesidad de hacer lo mismo: Según los resultados del análisis del año 2009: Carrefour está en el Nº 1 en el ranking de Distribución de Alimentación



SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS:

Indique si la entidad dispone de unos objetivos medioambientales cuantificables y metas para toda la compañía. (P8C213)

Respuesta: SI

Implantación: Existen 22 indicadores a nivel grupo según GRI y en España se trabaja también con indicadores de energía, agua, bolsas de compra reutilizables, recuperación de cartón y plástico, generación de orgánicos, que se controlan todos los meses y en función de los resultados se realizan planes de mejora. Para gasolineras hay objetivos: recuperación Vapores Fase II, sustitución de los aparatos surtidores, inclusión del sistema Biodhy, recuperación Vapores Fase Descarga. Muestra de nuestro compromiso contamos con un mensaje claro de la alta dirección: "Carrefour ha adquirido un compromiso firme con la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero. Además, hemos decidido ir un paso más allá elevando nuestro objetivo de eficacia energética al 30 % antes de 2020. Y no sólo eso, sino que ayudamos a nuestros clientes a reducir su consumo energético desarrollando una oferta asequible de soluciones y productos más verdes. Es cierto, somos ambiciosos, y un compromiso firme por parte de los gobiernos ayudará a dar un impulso al proceso de lucha contra el cambio climático. Por este motivo, Carrefour apoya el llamamiento de la ONU a favor de la adopción de un acuerdo mundial ambicioso, eficaz y justo sobre el cambio climático en Copenhague"

Porcentaje de proveedores y subcontratas de bienes y/o servicios con sistemas de gestión medioambiental implantados por tipo (p.e. ISO 14001, EMAS, etc.) %. (P8C311)

Respuesta: 20 %



Implantación: El 20% son los proveedores con certificación por una empresa externa. Cabe resaltar que en el 2010 se prevee llevar a cabo 30 auditorías a proveedores de marca propia y a productos y zonas de más riesgo: producción de fresa y de hortalizas de zonas de cultivo intensivas. Se incluirá una ampliación de la parte medioambiental según la norma EMAS, cuyos puntos principales son: Plan medioambiental e impacto ambiental en campo y almacén (suelo, agua, paisaje y biodiversidad, emisiones, consumo de energía • Impactos medioambientales que pueden generar todas sus actuaciones (preparación del suelo o sustrato, abonado, riego, uso fitosanitarios, podas, recolección) • el entorno de las fincas (zonas vulnerables a nitratos; de interés medioambiental o singular) • impacto sobre el suelo, el agua, el paisaje y la biodiversidad

• Resumen de Implantación:

Principio 8	Diagnóstico	Políticas	Acciones	Seguimiento y medición de impactos
Varios grupos de interés	R.: auditorías medioambientales <hr/> O.: implantación planes de mejora	R.: compromiso <hr/> O.: mejora continua	R.: compromiso <hr/> O.: mejora continua	

R.: Respuesta

O.: Objetivo



• Principio 9

Las entidades deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.



ACCIONES:

¿Dispone su entidad de una acción concreta en relación a este Principio que se haya llevado a cabo durante el presente ejercicio? En caso afirmativo, descríbala. (P9C111)

Respuesta: SI

Implantación: Tenemos instaladas cubiertas fotovoltaicas en ocho hipermercados. En el 2009 se ha instalado un huerto de placas solares térmicas en la cubierta de la nueva plataforma ZAL-Barcelona que generarán una potencia de 2.332,80 Kw/año. La cantidad de CO2 que dejará de emitir a la atmósfera y, por tanto, evitar el efecto invernadero será de 565 toneladas de CO2. Carrefour, renueva y construye sus nuevas tiendas incorporando materiales sostenibles y se esfuerza en integrar sus centros en el paisaje. Asimismo, aplica distintas acciones para optimizar la eficacia energética de sus tiendas y reducir el consumo de energía de las mismas, lo que se traduce en una notable contribución a la disminución de las emisiones de gases de efecto invernadero a la atmósfera. Se llevan a cabo diferentes mejoras para modernizar las instalaciones de la cadena de frío Gases refrigerantes. Según establece la legislación ambiental y siguiendo la línea de nuestro compromiso de prevención de la contaminación, Carrefour, viene realizando importantes esfuerzos para sustituir todos los gases que tienen un alto Potencial de Destrucción del Ozono (ODP), como el R-22. Las acciones medioambientales llevadas a cabo en las estaciones de servicio Carrefour España están relacionadas con la recuperación de compuestos orgánicos volátiles (COVs), sistemas para evitar fugas y derrames, control de vertidos y gestión de residuos. Las acciones más destacadas en gasolineras durante el 2009 han sido: Recuperación Vapores Fase II: Écija, Sagunto, Badajoz, Augusta (Zaragoza) y Torrelavega. Recuperación Vapores Fase Descarga: Torrelavega, Badajoz. Retirada de las reactancias e instalación de balastos electrónicos en los tótem de precios, para reducción consumo energético. En el 2009 Carrefour se convierte en la primera compañía de distribución en España en eliminar de forma definitiva las bolsas de un solo uso de la línea de cajas. La iniciativa ha supuesto una apuesta rotunda por el fomento de la utilización de materiales biodegradables o reutilizables. Esta iniciativa, englobada dentro de las prácticas responsables y de compromiso con el entorno de la compañía, busca la sensibilización del consumidor y hacerle partícipe del cuidado del medio ambiente, poniendo a su alcance alternativas más respetuosas a la hora de realizar la compra.



SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS:

Número de estudios, informes desarrollados o de comunicaciones enviadas en el año para aumentar la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente y mejorar la eficiencia energética. (P9C211)



Respuesta: 1100

Implantación: Cadena de frío: Durante el 2009, se realizó el estudio de cadena de frío controlando la temperatura de 2.680 equipos y 8.040 temperaturas de productos. Se ha obtenido una mejora de los resultados obtenidos del estudio de cadena de frío gracias a la acción de tres puntos importantes: * Implantación del manual de cadena de frío desde 2008 * Impartición en las tiendas de cursos de formación específicos de cadena de frío Mejora de las instalaciones, especialmente por el cierre de los lineales de congelado mediante tapas Como complemento, se han realizado en el año 2009, 973 auditorías, a los centros controlando 121 parámetros relacionados con la cadena de frío y realizando 17.751 análisis en hipermercados y 54 parámetros en supermercados. Auditorias medioambientales: 92 auditorias realizadas en nuestros centros

Inversión financiera, sobre el total de ingresos brutos, en el año actual para el desarrollo y la divulgación de tecnologías que no sean agresivas con el medio ambiente. (P9C2I2)

Respuesta: 28

Implantación: En el año 2009 las inversiones en materia de medio ambiente han sido de más de 28 millones de euros en: actualizaciones de la cadena de frío, medidas para el aumento del ahorro energético, implementación de nuevas tecnologías en las gasolineras, costes del nuevo plan integral de gestión de residuos, entre otros.

• Resumen de Implantación:

Principio 9	Diagnóstico	Políticas	Acciones	Seguimiento y medición de impactos
Varios grupos de interés			R.:iniciativas O.:progreso	

R.: Respuesta

O.: Objetivo



• Principio 10

Las entidades deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.



DIAGNÓSTICO:

Indique si la entidad realiza un diagnóstico para conocer las áreas de mayor riesgo de forma interna en su organización y en su sector de actividad. Indique los riesgos. (P10C311)

Respuesta: SI

Implantación: Se realizan auditorías para conocer la situación y analizar los riesgos asociados para las diferentes áreas de negocio de la compañía



POLÍTICAS:

Indique si la entidad posee una política definida contra la corrupción, la extorsión y el blanqueo de capitales. (P10C2I2)

Respuesta: SI

Implantación: Adopción, en junio de 2004, de un Código de Conducta que guía la actuación de los colaboradores y les ayuda a luchar contra la corrupción. Se han llevado a cabo acciones de sensibilización y formación dirigidas en particular a los compradores. Implementación de líneas de atención éticas que permiten a colaboradores, proveedores o clientes alertar sobre posibles comportamientos contrarios a los valores del Grupo.

¿Incluye la política de la entidad controles y procedimientos en referencia a regalos, invitaciones y gastos empresariales incluyendo los límites y canales de información de los mismos? (P10C511)

Respuesta: SI

Implantación: Por convenio colectivo está establecido todo lo referente a regalos, invitaciones y gastos empresariales. Todos los años desde el departamento de Recursos Humanos se remite a todos los colaboradores un recordatorio sobre la política de regalos en Carrefour. Asimismo, se recuerda a todos los empleados el procedimiento a seguir para contestaciones a proveedores referentes a regalos e invitaciones, incluyendo cartas tipo.



ACCIONES:

¿Dispone su entidad de una acción concreta en relación a este Principio que se haya llevado a cabo durante el presente ejercicio? En caso afirmativo, descríbala. (P10C111)

Respuesta: No

Implantación: No hay una acción nueva este año, es a través del Código Ético que firman todos los colaboradores.



SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS:

Indique si la entidad ha dado a conocer a sus grupos de interés los códigos de conducta y políticas contra la corrupción y soborno de la entidad. Indique en el campo de notas el % desglosado por grupo de interés informado. (P10C211)

Respuesta: SI

Implantación: Empleados: 100% Proveedores: 100% Clientes: 100% Sucontratistas: 100% Sucursales/filiales: 100% Socios empresariales: 100%

¿Todas las donaciones benéficas y patrocinios son transparentes y se hacen de acuerdo con las leyes pertinentes? (P10C411)

Respuesta: SI

Implantación: Carrefour cumple estrictamente con la legalidad vigente Española y Europea.

¿Dispone la entidad de algún mecanismo para no ceder ante las peticiones de pago de una fracción de un pago contractual a funcionarios o a empleados de socios empresariales? (P10C611)

Respuesta: SI

Implantación: Todos los proveedores deben estar homologados y dados de alta para poder emitir facturas. Existen medidas para poner en marcha la lucha contra la corrupción en todas sus formas.

• Resumen de Implantación:



Informe de Progreso Pacto Mundial 2009

Principio 10	Diagnóstico	Políticas	Acciones	Seguimiento y medición de impactos
Clientes		R.:transparencia O.:máxima satisfacción	R.:transparencia O.:inspirar confianza	
Empleados		R.:involucrados O.:cumplir con las políticas contra la corrupción y extorsión	R.:constructivos O.:prosperar	
Accionistas		R.:control del riesgo O.:seguridad	R.:integridad O.:promoción de la integridad	
Inversores		R.:control del riesgo O.:seguridad	R.:implicación O.:promover la implicación	
Proveedores		R.:responsabilidad O.:cumplir políticas de regalos y gastos	R.:relaciones O.:exito mutuo y duradero	
ONG y Comunidad RSC		R.:rigurosidad O.:comunicación	R.:relaciones O.:facilitar soluciones	
Comunidades locales		R.:cooperación O.:favorecer el desarrollo local	R.:control O.:comunicación a la sociedad	
Sociedad		R.:información O.:cumplir con la política de donaciones benéficas	R.:prevención O.:calidad de vida	
Gobiernos y Administraciones públicas		R.:respeto O.:confianza	R.:colaboración O.:comunicación a la sociedad	
Medio ambiente		R.:progreso O.:preservación	R.:integración O.:desarrollo sostenible	
		R.:diálogo	R.:difusión	



Informe de Progreso Pacto Mundial 2009

Medios de comunicación		O.:mejorar relaciones	O.:comunicación a la sociedad	
Organizaciones de consumidores		R.:información clara O.:gestores responsables	R.:transparencia O.:facilitar soluciones	
Sindicatos		R.:cooperación O.:difusión de políticas	R.:comunicación O.:ofrecer soluciones	
Universidades,		R.:innovación O.:inversión	R.:colaboración O.:propuesta de mejora	
Varios grupos de interés	R.:compromiso O.:riesgo cero			

R.: Respuesta

O.: Objetivo