

El Corte Inglés

Responsabilidad
Social Empresarial
2013

RED ESPAÑOLA DE PACTO MUNDIAL
C/ Félix Boix, 14 – 4º B
28036 – MADRID

Madrid, 18 de diciembre de 2014

Muy Sres. míos,

Como en años anteriores, ratificamos nuestra firme adhesión a los Principios de Pacto Mundial y renovamos el compromiso adquirido en el año 2002 de apoyar y promover los principios éticos y de respeto a los derechos humanos, laborales, medioambientales y anticorrupción que integran el Pacto Mundial.

La adhesión al Pacto Mundial se menciona expresamente en el Compromiso Ético con los proveedores y en el Capítulo de Responsabilidad Social contenido en el Informe Anual de El Corte Inglés. Nuestra estrategia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) está integrada en la actividad diaria de la compañía e implica a toda la organización en su conjunto, para lo cual existe un Comité de Responsabilidad Social participado por la dirección y en el que están representadas todas las áreas estratégicas y de gestión. Este Comité está apoyado por varios grupos de trabajo interdisciplinares, garantizando que los principios éticos y responsables llegan a todos los niveles de la organización.

La compañía mantiene una relación constante y fluida con todos los grupos de interés: clientes, empleados, proveedores, accionistas, competidores, organizaciones sociales, instituciones públicas y privadas y sociedad en general.

En el ejercicio 2013/2014, El Corte Inglés ha incrementado sus acciones en materia de Responsabilidad Social Empresarial, entre las que se encuentran las siguientes:

- Hemos firmado un acuerdo de colaboración con FSC (Forest Stewardship Council), para fomentar el uso de los productos de papel y madera procedentes de bosques sostenibles.

- Contamos con 17 referencias con Certificación de Pesca Sostenible MSC (Marine Stewardship Council), que promocionamos a nuestros clientes mediante acciones promocionales especiales.
- Ofrecemos una amplia variedad de productos ecológicos de todo tipo, con más de 1.600 referencias de carne de ganado criado en libertad, pescados de acuicultura ecológica, charcutería, lácteos, refrigerados, conservas vegetales, ultramarinos, dulces, bebidas y artículos de droguería.
- Durante el ejercicio hemos participado en varios proyectos internacionales que se desarrollan en terceros países, con el fin de colaborar a la aplicación de buenas prácticas laborales y al cumplimiento de los códigos de conducta: Proyecto Tamil Nadu, Proyecto Vellore e Iniciativa Cotton Pledge. Asimismo y a raíz del hundimiento del edificio Rana Plaza de Dhaka (Bangladesh), El Corte Inglés ha participado activamente en el Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh y en el Rana Plaza Compensation Arrangement.
- La centralización de entregas en nuestros núcleos logísticos de Valdemoro (Madrid) y Montornés del Vallés (Barcelona), permite agrupar la mercancía para enviarla de forma más eficiente al punto de venta, influyendo de forma favorable en el medio ambiente. A ello se suma optimización de recorridos, horarios y cargas en cada tramo de la cadena logística, lo que contribuye de manera decisiva a la reducción de emisiones.
- Se ha logrado un acuerdo con los proveedores de bolsas de papel, tanto nacionales como de importación, para que el 100% de las bolsas de los Departamentos de Moda, disponga de certificado forestal.
- La adopción de diversas medidas en materia de consumo energético, han permitido la reducción del consumo eléctrico, medido en kWh/m², de más del 3% en el último ejercicio.

Asimismo, nuestro Plan de Gestión Sostenible del Agua permite, por quinto año consecutivo, hablar de un 6% de reducción del consumo de este recurso en el último ejercicio.

- Durante el último ejercicio se han impulsado varios procesos de reorganización interna que han permitido una mayor flexibilización y dinamización de los turnos horarios, una modernización de los sistemas de incentivo y una potenciación del trabajo en equipo
- Se ha colaborado con organismos públicos y privados en el desarrollo de distintas campañas: vacunación anual de la gripe estacional; sensibilización de patologías comunes en colectivos de riesgo (osteoporosis, glaucoma, detección de cáncer de mama y próstata); prevención de riesgos cardiovasculares y abandono del tabaquismo.
- A través de la Comisión de Responsabilidad Social de la CEOE y de la Red Española de Pacto Mundial, hemos podido participar activamente para apoyar un enfoque positivo y voluntario que se centre en la promoción y difusión de los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos de la ONU.
- Además de los convenios de colaboración con los Bancos de Alimentos, hemos firmado un acuerdo marco con la Federación Española de Bancos de Alimentos. En total, durante este ejercicio se han entregado a los Bancos de Alimentos más de un millón de kilos de productos.
- En el marco del voluntariado social, la Asociación Grupo de Empresas de El Corte Inglés (GEI) integrada por empleados y familiares y que como parte de su filosofía colabora con causas humanitarias promovidas por Cáritas, la Fundación Juan XXIII, la Fundación Don Bosco, Casa Nazaret, Aldeas infantiles, etc.
- Nuestra vocación de cercanía y vinculación con la sociedad nos lleva a participar en numerosas acciones que se canalizan a través de colaboraciones que mantenemos con diferentes tipos de entidades, asociaciones, ONG e instituciones públicas y privadas de muy diversa índole, que permiten desarrollar programas e iniciativas de carácter social, ayudas al desarrollo, cultura, educación y deporte.
- La Fundación Ramón Areces está orientada, desde su constitución en 1976, al mecenazgo científico mediante el fomento de la investigación, la contribución a la generación de capital humano y la difusión del conocimiento en tres ámbitos: Ciencias de la Vida y de la Materia, Ciencias Sociales y Humanidades. La Fundación

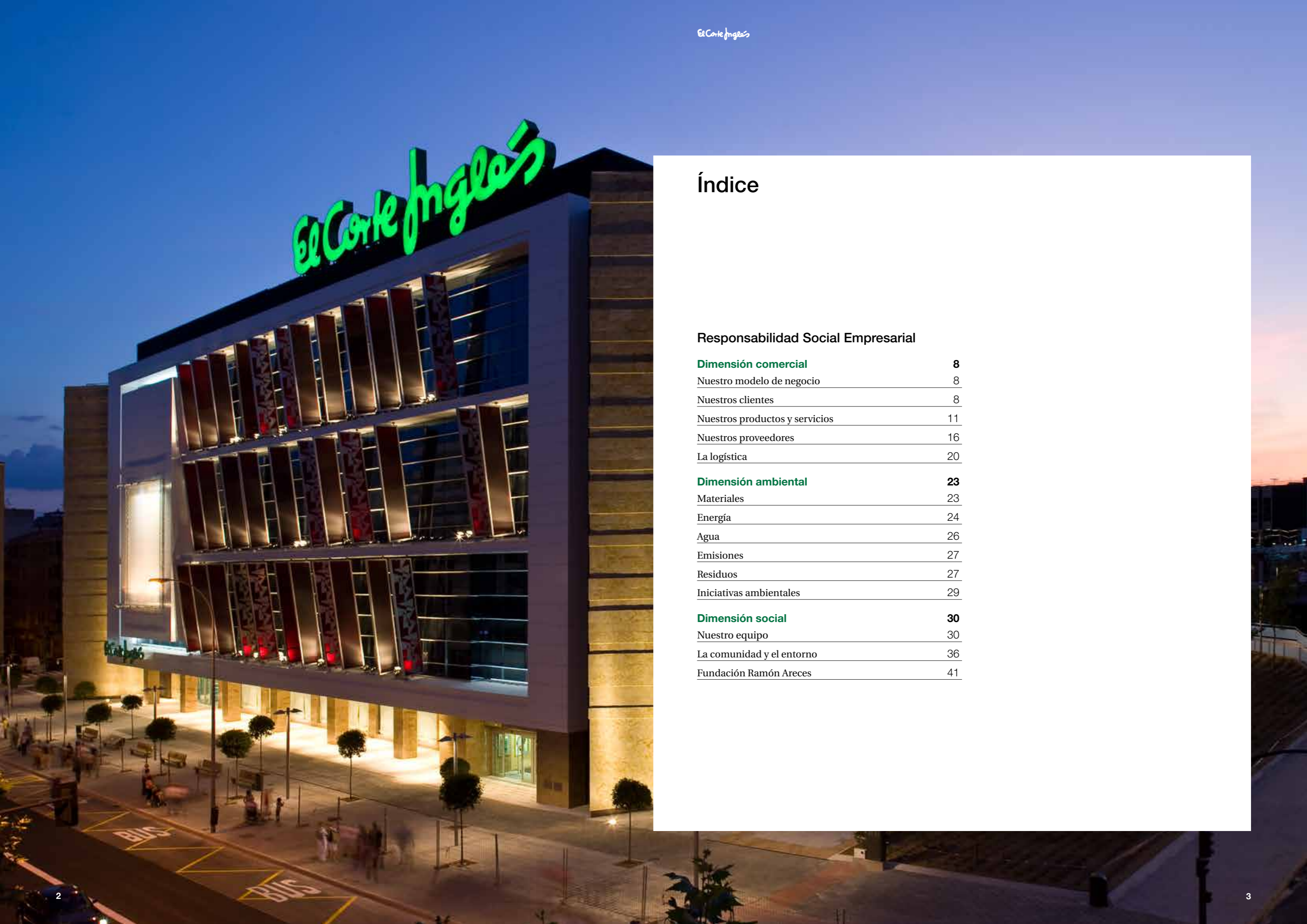
dispone de un Programa de Becas para ampliación de estudios de posgrado y posdoctorales en el extranjero. Durante el ejercicio un total de 76 beneficiarios de 12 autonomías ampliaron sus estudios en los más prestigiosos centros y universidades de todo el mundo.

Nuestro modelo empresarial está sustentado sobre una serie de principios éticos y responsables, de compromiso con el cliente, de respeto hacia los empleados y de vinculación con la sociedad. En este marco se desarrolla toda nuestra estrategia de RSE

Aprovecho la ocasión para saludarles muy atentamente y acompañarles el último informe de Responsabilidad Social, al que se ha hecho referencia.



*Fdo: D. Jorge Pont Sánchez
Adjunto al Presidente*



Índice

Responsabilidad Social Empresarial

Dimensión comercial	8
Nuestro modelo de negocio	8
Nuestros clientes	8
Nuestros productos y servicios	11
Nuestros proveedores	16
La logística	20
Dimensión ambiental	23
Materiales	23
Energía	24
Agua	26
Emisiones	27
Residuos	27
Iniciativas ambientales	29
Dimensión social	30
Nuestro equipo	30
La comunidad y el entorno	36
Fundación Ramón Areces	41



Responsabilidad Social Empresarial

Dimensión comercial	8
Dimensión ambiental	23
Dimensión social	30

Nuestro modelo empresarial está sustentado sobre una serie de principios éticos y responsables, de compromiso con el cliente, de respeto hacia los empleados y de vinculación con la sociedad. En este marco se desarrolla toda nuestra estrategia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Integrada en la actividad diaria de la compañía, la RSE implica a toda la organización en su conjunto, para lo cual existe un Comité de Responsabilidad Social participado por la dirección y en el que están representadas todas las áreas estratégicas y de gestión. Este Comité está apoyado por varios grupos de trabajo interdisciplinares que se encargan de las diferentes materias relacionadas con la RSE. De este modo, se garantiza que nuestros principios llegan a todos los niveles de la organización.

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

Nuestros principios

Ética y responsabilidad

Comportamiento ético y responsable en todos nuestros ámbitos de actuación, lo que genera confianza y consolida nuestra reputación.

Garantía y servicio al cliente

Calidad, servicio y garantía con una oferta comercial amplia y diferenciada que nos permite mantener el crecimiento empresarial de nuestro modelo de negocio.

Relación y vinculación con el entorno

Relación constante y fluida con todos nuestros grupos de interés: clientes, empleados, proveedores, accionistas, competidores, organizaciones sociales, instituciones públicas y privadas, y sociedad en general.

Respeto al medio ambiente

Compromiso de respeto al medio ambiente que repercute en los diferentes ámbitos de nuestra actividad empresarial.

Dimensión comercial

Nuestro modelo de negocio

La innovación en todas nuestras áreas de actividad y la adaptación constante a las nuevas necesidades de la sociedad son los ejes que sustentan nuestro modelo de negocio.

El objetivo en nuestros más de 70 años de historia ha sido crear una gran cadena de centros comerciales basada en el formato de gran almacén cuyas características son: un comercio de calidad, una gran oferta dividida por departamentos especializados, una buena relación calidad-precio, una atención personalizada, un conjunto de servicios pensados especialmente para el cliente y la garantía total en todas las compras.

Como complemento a la actividad principal y con el fin de ofrecer al cliente nuevas propuestas comerciales y de servicios, se fueron incorporando otros formatos como los hipermercados, supermercados, agencias de viajes, seguros, informática, bricolaje, etc.

Asimismo, hemos impulsado cambios en procesos logísticos, en el desarrollo de sistemas informáticos y en la construcción de espacios y ambientes diseñados para la mayor comodidad del cliente; seguimos a la vanguardia de la tecnología; hemos creado relaciones de colaboración y confianza con nuestros proveedores; y hemos lanzado de forma continua productos y servicios muy novedosos en moda y complementos, hogar y decoración, alimentación, deporte, electrónica, etc. La innovación es una seña de identidad de la empresa y nuestro modelo de negocio está intrínsecamente vinculado a ella.

Nuestros clientes

El cliente es nuestra razón de ser y por ello toda nuestra estrategia comercial se desarrolla con el fin de conseguir su máxima satisfacción. Nuestra mejor recompensa es la confianza que el cliente deposita en nosotros, lo que nos reafirma en nuestros compromisos de calidad, servicio, surtido, especialización y garantía, y nos afianza en nuestro lema: “Si no queda satisfecho, le devolvemos su dinero”.

Esta relación de confianza mutua con el cliente queda reflejada en los más de 600 millones de visitas que en 2013 recibieron nuestras tiendas. También hay que destacar los más de 10 millones de personas que poseen la tarjeta de compra El Corte Inglés.

La confianza mutua con el cliente queda reflejada en los más de 600 millones de visitas que en 2013 recibieron nuestras tiendas

Nuestros compromisos con el cliente

Surtido

Contamos con una oferta comercial amplia, variada y novedosa en todo tipo de productos. Creemos en la libertad de elección del cliente y por ello en nuestros centros ofrecemos un amplio surtido de marcas, productos y modelos adecuados a todas las necesidades, gustos y posibilidades económicas.

Especialización

La preparación de nuestros profesionales y la amplia variedad de productos que ofrecemos, nos convierten en especialistas de cada área que trabajamos. Somos especialistas en moda, perfumería, alimentación, viajes, decoración, seguros, informática, cultura y ocio...

Garantía

Este compromiso recoge todos los anteriores porque con él garantizamos el producto y el servicio que ofrecemos en nuestras tiendas. Es la clave de esa relación de confianza que mantenemos con nuestros clientes.

Calidad

Trabajamos para que la calidad esté presente en todos nuestros ámbitos de actividad. Hay calidad en alimentación, moda, hogar, ocio, deporte, electrónica... En los servicios que ofrecemos, en nuestros edificios, en sus instalaciones y en el ambiente que creamos para el cliente.

Servicio

Tenemos vocación de servicio al cliente y eso nos permite ofrecer atención personalizada a quien lo desea, escuchar sus sugerencias y responder adecuadamente. Todo ello se completa con una amplia gama de servicios en todas nuestras tiendas.

Barómetro de satisfacción

Nuestro trabajo diario está encaminado a la satisfacción del cliente y para ello necesitamos saber lo que opinan y quieren de nosotros. En este contexto se sitúa un barómetro interno que desde hace años elaboramos a partir de las encuestas que se realizan a nuestros clientes. En 2013 se llevaron a cabo más de 80.000 entrevistas obteniendo como resultado un alto grado de satisfacción.

La empresa es también analizada por compañías y organismos ajenos al Grupo que complementan nuestra propia evaluación continua. Sus conclusiones confirman el grado de satisfacción de nuestros clientes y la alta valoración que la sociedad tiene de El Corte Inglés.

Escuchamos y respondemos

Mantenemos una actitud de escucha permanente hacia nuestros clientes para poder cumplir sus expectativas. Queremos conocer sus opiniones, responder a sus dudas y ayudarles a encontrar aquello que necesitan. Establecemos una comunicación fluida y constante y por ello utilizamos diferentes canales, desde el teléfono o el correo, a las redes sociales o nuestra propia página web, que se suman a la atención directa y personalizada que ofrecemos en nuestros establecimientos.

En nuestra página web damos información sobre todo aquello que puede interesar al cliente: promociones y ofertas de productos, financiación y facilidades de compra, horarios, ubicación de centros, actividades en nuestros establecimientos, etc. Además de la web de El Corte Inglés, contamos con páginas específicas de otras líneas de negocio como Hipercor, Bricor, Telecor, o Viajes El Corte Inglés, cada una de las cuales ofrece aquello que interesa a sus clientes.

También a través de las redes sociales y plataformas como Facebook, Twitter o Youtube mantenemos una relación inmediata e interactiva con nuestros clientes que nos hacen llegar sugerencias y comentarios, ayudándonos a mejorar cada día. Al mismo tiempo, nosotros les informamos de acciones puntuales, tendencias de moda, eventos en los centros, lanzamiento de nuevos productos, concursos, sorteos, etc.

Asimismo, la comunicación publicitaria responde a las expectativas de una empresa responsable. La Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol), que vela por la ética y la lealtad publicitaria en beneficio del consumidor, ha expedido un año más a El Corte Inglés el correspondiente certificado de responsabilidad social por sus buenas prácticas en el marco de la publicidad.

A través de las redes sociales y plataformas como Facebook, Twitter o Youtube mantenemos una relación inmediata e interactiva con nuestros clientes que nos hacen llegar sugerencias y comentarios, ayudándonos a mejorar cada día

Conectados con el cliente

- Más de 6,7 millones de llamadas telefónicas realizadas a clientes
- Más de 3,4 millones de llamadas atendidas
- 415.000 mensajes enviados a móviles
- 73.000 consultas atendidas por correo electrónico



Nuestros productos y servicios

Por nuestra actividad contamos con una amplia gama de productos y servicios, encaminados a satisfacer a todo tipo de clientes con diferentes gustos, necesidades o posibilidades económicas.

Calidad, seguridad y trazabilidad

Trabajamos para garantizar la calidad y seguridad de los productos y servicios que ofrecemos. En el área de alimentación hemos revisado toda nuestra cadena de suministro con el fin de mejorar aún más el nivel de calidad, y hemos avanzado en los sistemas y protocolos de trazabilidad para tener el máximo de información del producto desde el origen hasta el punto de venta, pasando por la fabricación, distribución, control, etc. Para ello se realizan análisis tanto en nuestros propios laboratorios como en los de consultores externos.

En moda hemos reforzado todo el sistema de gestión de calidad y seguridad en el punto de origen tanto para prendas como para calzado y accesorios. Hemos creado un Centro de Revisión de Tejidos que supervisa los materiales con los que luego se fabrican las colecciones de marca propia, millones de metros de tela que se revisan para garantizar su calidad. También se ha abierto una línea de colaboración con el Instituto Tecnológico Textil AITEX para crear un laboratorio en el que se analizan las características de los tejidos cuyas prendas se comercializan luego en El Corte Inglés.

En cuanto a productos manufacturados, es decir, hogar, juguetes, electrodomésticos, etc., hemos completado un ambicioso proyecto para compilar y actualizar de forma continua todas las normativas nacionales e internacionales referentes a cada materia. De esta forma, se ha creado una biblioteca de estándares de calidad y seguridad que aun siendo de uso interno, también se pone al servicio de nuestros proveedores para que puedan tener acceso a todos

los requisitos legales y novedades normativas que se van produciendo. También hemos avanzado en los controles de calidad de este tipo de artículos, para lo cual contamos con expertos como SGS, Eurofins, Bureau Veritas, PTS y AIJU, entre otros.

Durante el ejercicio 2013 hemos incrementado la cantidad de análisis realizados por todos los laboratorios con más de 180.000 test, lo que refleja el esfuerzo llevado a cabo en la mejora continua de la seguridad y calidad. En reconocimiento a este esfuerzo, la Asociación Española de la Calidad nos ha concedido el prestigioso galardón de “Líder en Calidad 2013”.

Dentro del sistema de vigilancia, también se revisan a diario las alertas de consumo publicadas por las comunidades autónomas, por la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN) y por red RAPEX de la Unión Europea.



Ensayos de laboratorio

- **9.600 muestras alimentarias analizadas**, 95% de las cuales se realizan en nuestro propio laboratorio alimentario, con 6 análisis de media por muestra, dan un total de 57.600 ensayos realizados.
- **550 artículos manufacturados**, con una media de 6 análisis por artículo, responden a un total de 3.300 análisis. A ello hay que añadir la revisión de más de 1.400 etiquetados y la elaboración de 1.100 dossiers de calidad que incluyen múltiples certificados para conformidad con marcado CE.
- **6.000 ensayos físico-mecánicos de artículos de moda**, a una media de 7 análisis por muestra, dan un total de 42.000 ensayos realizados.
- **2.400 muestras de sustancias químicas (REACH)**, etiquetado y seguridad infantil, con 15 análisis de media por muestra, suponen un total de 36.000 ensayos realizados.
- **4.600 muestras de tejidos y fornituras** en nuestro laboratorio de moda, con 9 análisis de media por muestra, representan un total de 41.400 ensayos realizados.

Productos sostenibles

Comercializamos productos sostenibles en todas nuestras áreas de negocio, desde alimentación y artículos de gran consumo a electrodomésticos (la mayoría de alta eficiencia energética), textil-hogar, cosmética, moda, etc. Creemos que nuestro papel, como empresa de distribución, es clave en la promoción del consumo sostenible. Por eso tratamos de dar respuesta al creciente interés social por un consumo de calidad que minimice el impacto ambiental.

En alimentación, por ejemplo, contamos con un amplio abanico de productos sostenibles y de comercio justo, entre los que hay perecederos, ultramarinos, refrigerados, conservas...

También en el ejercicio 2013 hemos firmado un acuerdo de colaboración con FSC (Forest Stewardship Council) para fomentar el uso de productos de papel y madera procedentes de bosques sostenibles, tanto en nuestro consumo interno, como en la oferta comercial de nuestras tiendas. Como objetivo para el año 2014 contemplamos la introducción gradual en nuestros centros de una gama de productos con esta certificación.

Hemos firmado un acuerdo de colaboración con FSC para fomentar el uso de productos de papel y madera procedentes de bosques sostenibles

Pesca responsable

Hemos avanzado en la política de compra responsable y sostenible de productos pesqueros que han suscrito el 100% de nuestros proveedores de pescado. También contamos ya con 17 referencias con Certificación de Pesca Sostenible MSC (Marine Stewardship Council): 7 de conservas de pescado, 9 de congelados y 1 de pescado fresco, y se está trabajando para aumentar su visibilidad dentro del surtido. Como resultado, prácticamente hemos triplicado las ventas en unidades con respecto al año anterior (de 41.096 unidades a 117.069), con un incremento del volumen de ventas de un 180%.

Además, con motivo del Día Mundial de los Océanos, pusimos en marcha en nuestros supermercados una campaña promocional de estos productos, con el objetivo de informar a nuestros clientes sobre el significado de la pesca responsable, al mismo tiempo que se da respuesta a una creciente demanda de productos de calidad elaborados con el menor impacto medioambiental posible.

Productos ecológicos

En nuestros supermercados ofrecemos una amplia variedad de productos ecológicos de todo tipo. Más de 1.600 referencias de carne de ganado criado en libertad, pescados de acuicultura ecológica, charcutería, lácteos, refrigerados, conservas vegetales, ultramarinos, dulces, bebidas e incluso artículos de droguería.

Con ello queremos dar respuesta a todos esos clientes que quieren cuidar su salud, al mismo tiempo que contribuyen activamente al mantenimiento del medio ambiente.



En el área de electrodomésticos, fomentamos la adquisición de productos sostenibles participando en diversos Planes Renove, al mismo tiempo que colaboramos en diferentes campañas para fomentar la concienciación de prevención de residuos. En este mismo contexto de sensibilización social, estamos comprometidos en la difusión de buenas prácticas para aumentar la concienciación entre los consumidores y reducir el desperdicio de los alimentos en los hogares.

Gustos y necesidades diferentes

Nuestros establecimientos están abiertos a todo tipo de clientes sin distinción de edad, gustos, preferencias o capacidad económica. Esta pluralidad nos permite prestar atención a todos aquellos colectivos minoritarios que requieren algún tipo de producto o servicio específico, ya sea en moda, cosmética, alimentación...

En moda ofrecemos una gran amplitud de tallas, incluidas las especiales y las *petite*; en cosmética y belleza contamos con una gran variedad de productos para pieles sensibles; y en alimentación, las personas que padecen algún tipo de intolerancia, pueden elegir entre un surtido amplio y bien identificado.

En este sentido, seguimos trabajando para mejorar y aumentar nuestra oferta de productos aptos para celíacos tanto de frescos como de ultramarinos. En nuestros lineales también se pueden encontrar alimentos bajos en grasas y/o sal, productos sin lactosa, específicos para diabéticos y *free from* (dietéticos que no contienen gluten, lactosa, huevos ni trazas de frutos secos). Y en el etiquetado de nuestras marcas propias incluimos información sobre los alérgenos que sea fácilmente visible para el cliente.

Asimismo, nuestro respeto hacia las minorías culturales nos lleva a incluir en nuestros supermercados más de un millar de productos *kosher*, *halal*, orientales, etc.



Productos de la tierra

Potenciamos todo lo que es innovación en el supermercado y cercanía hacia el entorno. Por eso tenemos acuerdos con las pequeñas lonjas locales para adquirir allí parte del pescado que se vende en nuestros supermercados de la zona; por eso propiciamos la venta de productos locales en el área de influencia de cada centro comercial, y por ello hemos desarrollado lo que denominamos kilómetro cero, que afianza y refuerza esa estrategia de ofrecer en nuestros supermercados productos frescos de la zona. En verduras y hortalizas, por ejemplo, contamos en Madrid con la Huerta de Carabaña y en Cataluña con Hortalisses Blanch, lo que nos permite ofrecer cada día verduras y hortalizas cortadas por la mañana en las huertas del entorno.



Nuestros servicios al cliente

El servicio y la atención al cliente distinguen a la compañía. Esta dedicación nos ha llevado a ser pioneros en numerosas áreas como el servicio de *personal shopper* que funciona como un asesor individual de moda, el Servicio de Atención Personalizada para ayudar al cliente en el momento de la compra o el Servicio de Búsqueda de Mercancía, entre otros. A todo ello hay que añadir la carta de compra, la tarjeta regalo o las diferentes fórmulas personales de pago y financiación.

Entre los servicios incorporados en 2013 cabe destacar el “Click and car” que permite hacer la cesta de la compra por teléfono o por Internet y después recoger el pedido en el aparcamiento elegido por el cliente. Esta aproximación entre el mundo físico y el *online* agiliza la tarea de compra de una forma fácil y práctica para el usuario.

Otro de los servicios más novedosos es la incorporación de la tecnología *contactless* en todos los centros de El Corte Inglés; con sólo acercar la tarjeta de crédito al terminal de venta, se puede realizar el pago de la compra de un modo rápido y sencillo.



Nuestros proveedores

La selección y homologación de proveedores constituyen la base para poder satisfacer las exigencias de calidad de nuestros clientes. Todos nuestros proveedores deben aceptar y asumir los principios de compromiso ético del Código de Conducta de BSCI (Business Social Compliance Initiative), organización sin ánimo de lucro con sede en Bruselas a la que pertenece el Grupo El Corte Inglés desde marzo de 2008.



Auditorías sociales

Durante el ejercicio 2013 hemos avanzado en nuestros compromisos de verificación de condiciones sociales y laborales de proveedores en países terceros, a través de las auditorías sociales realizadas al amparo del sistema BSCI, que toma como referencia las convenciones fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

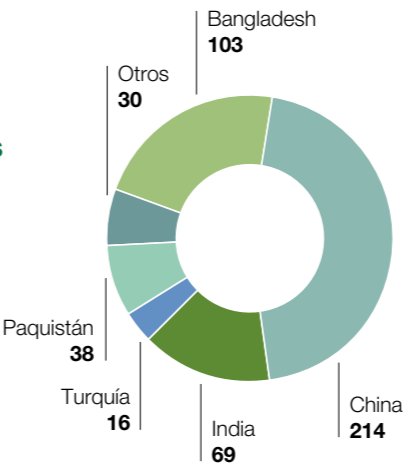
Mantenemos reuniones periódicas con un Grupo de Trabajo de Partes Interesadas en el que participan sindicatos, organizaciones de consumidores y diversas ONG con el fin de intercambiar información y opiniones para mejorar en el cumplimiento de las condiciones sociales de proveedores en países terceros.

Sus aportaciones y sugerencias nos animan a avanzar por este camino.

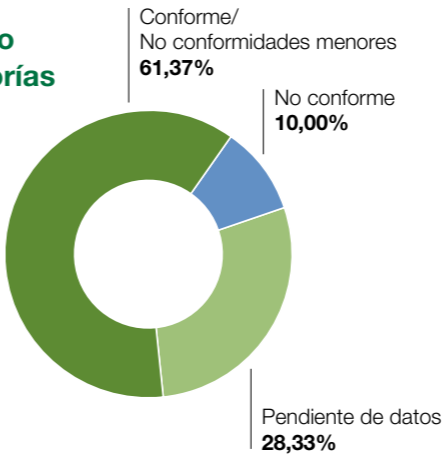
Auditorías a proveedores de terceros países

Año	Auditorías
2009	40
2010	120
2011	240
2012	240
2013	470
Total	1.110

Auditorías realizadas en terceros países



Resultado de auditorías



El sistema de auditorías está concebido como un proceso de mejora continua que permita a los proveedores cumplir a corto plazo con todos los requisitos del Código de Conducta de BSCI

El sistema de auditorías está concebido como un proceso de mejora continua que permita a los proveedores cumplir en un corto plazo de tiempo con todos los requisitos del Código de Conducta de BSCI. Para ello en 2013 se ha invitado a muchos proveedores a participar en los seminarios formativos organizados en los principales países suministradores:

- China: Qingdao, Shanghái, Guangzhou, Dongguan y Hong Kong
- Bangladesh: Dhaka
- Tailandia: Bangkok
- India: Agra, Bangalore y Chennai
- Turquía: Estambul

Estas acciones formativas se han complementado con diversos proyectos desarrollados conjuntamente con otras iniciativas, cuyo objetivo es solucionar situaciones de riesgo de incumplimiento de determinadas condiciones sociales o laborales.

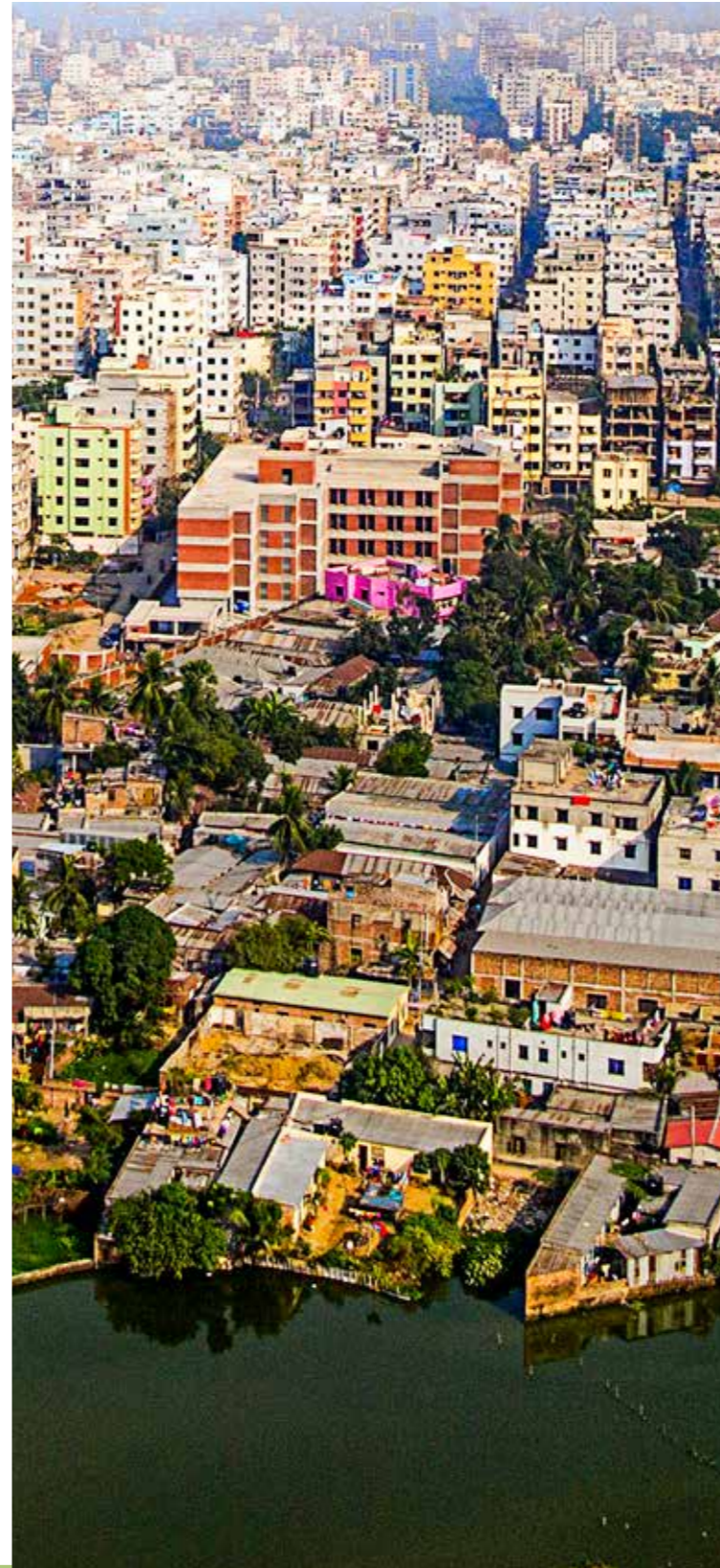
Proyectos internacionales

Durante el ejercicio 2013 hemos participado en varios proyectos internacionales que se desarrollan en terceros países con el fin de colaborar a la aplicación de buenas prácticas laborales y al cumplimiento de los códigos de conducta.

• **PROYECTO TAMIL NADU:** En 2013 se ha puesto en marcha una iniciativa conjunta para la industria textil del estado de Tamil Nadu (India) en la que participan empresas, sindicatos, ONG e instituciones tanto internacionales como locales. El proyecto, desarrollado por ETI (Ethical Trading Initiative) con el respaldo de BSCI, busca poner fin a una práctica conocida como Sumangali que está enraizada en la cultura de esta región y que afecta a los derechos laborales de jóvenes trabajadoras en fábricas de hilatura y de confección. El Corte Inglés se ha comprometido a participar en este proyecto a tres años que incluye programas de formación para empresarios y empleados, y promueve cambios normativos que favorezcan a las trabajadoras.

• **PROYECTO VELLORE:** En este caso hemos sido una de las empresas impulsoras de este proyecto que pretende implantar medidas para erradicar la prevalencia del trabajo doméstico e infantil en la industria del calzado que se desarrolla en el distrito de Vellore (India). La iniciativa, organizada por BSCI en coordinación con CRB (Center for Responsible Business), analizará la estructura de la cadena de suministro y subcontratación en el sector del calzado y de la piel para ofrecer alternativas socialmente viables.

• **INICIATIVA COTTON PLEDGE:** Somos una de las empresas firmantes del compromiso para la erradicación del trabajo forzoso de niños y adultos en la recolección del algodón en Uzbekistán. Esta iniciativa, promovida por Responsible Sourcing Network, cuenta con el apoyo de unas 140 compañías internacionales.



Apoyo a la industria textil de Bangladesh

El hundimiento del edificio Rana Plaza, en las afueras de Dhaka, en abril de 2013, ha tenido una singular trascendencia en las relaciones comerciales internacionales ya que ha provocado que industria, sindicatos, gobierno del país, ONG, detallistas y organismos internacionales hayan logrado coordinarse para poner en marcha diversas acciones conjuntas. Entre las medidas adoptadas destacan el Plan de Acción Nacional Tripartito (NAP), el Acuerdo sobre Seguridad en la Edificación y Protección de Incendios (Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh), y el Acuerdo de Principios para un solución práctica que ayude a las víctimas del accidente (Rana Plaza Compensation Arrangement).

Estas dos últimas iniciativas, en las que El Corte Inglés ha participado activamente en su inicio y desarrollo, han contado con el apoyo y coordinación de la OIT (Organización Internacional del Trabajo).

• **Accord:** Firmado por más de 160 empresas de distribución y sindicatos internacionales, bajo la coordinación imparcial de la OIT, ha puesto en marcha un ambicioso programa de inspecciones en más de 1.600 fábricas de Bangladesh, para garantizar la seguridad de sus trabajadores en cuanto a estructuras de los edificios, instalaciones eléctricas y sistemas de prevención de incendios. En El Corte Inglés hemos involucrado a todos nuestros proveedores de Bangladesh en este programa.

• **Rana Plaza Compensation Arrangement:** Se ha creado un fondo internacional de ayudas a las víctimas del accidente siguiendo los estándares internacionales de la OIT. El Corte Inglés ha sido una de las primeras empresas en participar en esta iniciativa.

Programas en España y Portugal

En enero de 2014 hemos puesto en marcha en España y Portugal un plan de reevaluación y homologación de proveedores textiles. El objetivo de este proyecto es evaluar mediante auditorías las capacidades, calidad y entorno de seguridad laboral de nuestros proveedores más cercanos que suponen la fuente principal de suministro en el ámbito de la moda.

Fruto de este proceso es una mejor selección de talleres, la reducción de intermediarios y una potenciación del suministro en circuito corto, fundamental en la oferta de moda, que ha de redundar en una mejora del empleo en este sector.

La logística

La logística es una de las piezas claves del negocio de la distribución. Por eso, además de incorporar y adoptar continuamente las últimas tecnologías y sistemas que van surgiendo en el mercado, innovamos en nuevos procesos con el fin de ganar eficacia y agilidad. Estas mejoras en el ámbito de la gestión logística tienen también un claro impacto en el medio ambiente.

Por ello contamos con plataformas logísticas propias de alta capacidad y eficiencia en las que se recibe la mercancía que luego se surte a cada uno de los centros comerciales, eliminando así la entrega individualizada de los proveedores. La centralización de entregas en nuestros núcleos logísticos de Valdemoro y Montornés del Vallés permite agrupar la mercancía para enviarla de forma más eficiente al punto de venta. Con ello se reduce de forma considerable el transporte generado en el conjunto de la cadena de suministro y se avanza hacia uno de nuestros mayores objetivos: la maximización del llenado de nuestros camiones.

Nuestra red de proveedores

- **2.400 proveedores nacionales/UE con entregas centralizadas**
- **86% del volumen total de la mercancía es nacional/UE**
- **300 nuevos proveedores centralizados en el ejercicio 2013**

También en los flujos de importación es esencial la utilización, en origen, de operadores logísticos globales. Una de sus principales misiones es recibir la mercancía, consolidarla en sus almacenes y optimizar la carga de los contenedores en los puertos de origen. Esta optimización del llenado de los contenedores genera ahorros y eficiencia en el transporte marítimo y aéreo, influyendo de forma favorable en el medio ambiente.

Otra consecuencia positiva de la consolidación en origen es la reducción al mínimo del transporte, ya que desde los puertos de llegada se envía directamente a nuestras plataformas logísticas. Cada contenedor ya llega con la mercancía correspondiente al almacén de destino más cercano, lo que minimiza el transporte por carretera.

Como parte de ese proceso de mejora continua, se ha puesto en marcha otra iniciativa que permite recoger la mercancía en los centros de producción de nuestros proveedores para luego consolidarla en puntos intermedios, es decir, en nuestra propia red de almacenes que tenemos repartidos por toda la Península Ibérica. Desde allí se envían a los centros comerciales de su área de influencia.

En este sentido, en 2013 se ha producido un cambio en los flujos logísticos de parte de la mercancía procedente de proveedores nacionales de muy alta rotación, integrándose en la red de recepción y distribución de las plataformas de Barcelona, Valencia, Málaga y Sevilla.

La centralización de entregas en nuestros núcleos logísticos de Valdemoro y Montornés del Vallés permite agrupar la mercancía para enviarla de forma más eficiente al punto de venta

Flujos logísticos internacionales

- **Países de origen de compra: 30**
- **Puertos de embarque: 70**
- **TEU transportados (contenedores): 13.500**
- **m³ transportados: 415.000**

Principales cifras del transporte de mercancías

- **3.500.000 palets/año, desde los almacenes a los centros comerciales**
- **28.000.000 Km recorridos/año**
- **5.000.000 de envíos al domicilio de nuestros clientes**

Dimensión ambiental

Nuestra preocupación por el medio ambiente nos lleva a mantener una política de mejora continua en todos aquellos aspectos relacionados con nuestra actividad comercial, especialmente los relativos a la racionalización de consumos (materiales, agua y energía), el control de emisiones de gases efecto invernadero y la gestión de residuos.

Materiales

Participamos en los Planes Empresariales de Prevención de Ecoembalajes España. Desde hace varios años, y gracias a la colaboración con nuestros proveedores, los materiales de embalaje utilizados para el desarrollo de nuestro negocio han sufrido importantes variaciones desde el punto de vista ambiental: hemos realizado acciones de sustitución de determinados envases por otros de menor impacto ambiental, hemos eliminado algunos superfluos, y hemos potenciado la introducción de materiales retornables.

Con todas las medidas adoptadas a lo largo de los últimos años en relación a las bolsas de plástico de un solo uso, se ha conseguido reducir su consumo más de un 70% (disminución en peso de material en el periodo 2007-2013). También durante este último ejercicio, se ha trabajado de forma conjunta con nuestros proveedores para tratar de optimizar el material plástico utilizado. El resultado ha sido la eliminación del fuelle en las bolsas de plástico de lazo, lo que nos permite dar el mismo servicio con la utilización de menos peso de plástico.

Asimismo se ha ampliado la oferta de bolsas reutilizables, por una parte a través de la expansión de la Bolsa 15 usos a otras áreas de la empresa, y por otra mediante la promoción de nuestras bolsas de diseños exclusivos en el área de alimentación. El objetivo es la disminución en el consumo de bolsas de un solo uso.

Mediante campañas de información, tratamos de sensibilizar a nuestros clientes para que utilicen solo las bolsas que necesiten, las reutilicen siempre que sea posible y las depositen en el contenedor amarillo una vez que se conviertan en residuo, lo que garantiza su reciclabilidad.

Innovación y automatización

En nuestras plataformas logísticas mantenemos una política de mejora e innovación continua en los procesos, lo que supone la automatización de parte de los mismos. Entre las acciones acometidas en 2013 se pueden destacar:

- La automatización en la plataforma de distribución de alimentación para el comercio electrónico del área de Madrid.
- La puesta en marcha de dos clasificadores de mercancía en la plataforma de Montornés del Vallés (Barcelona).

Las prácticas introducidas en la gestión logística de El Corte Inglés tienen un claro impacto positivo sobre el medio ambiente.



En el periodo 2007-2013 se ha logrado reducir el consumo de bolsas de plástico de un solo uso más del 70%

En el periodo 2007-2013 el consumo de bolsas de plástico de un solo uso se ha reducido de 7,6 millones a 2,1 millones de kilos. Los resultados de reducción en peso de los principales envases, en el último ejercicio, han sido aproximadamente de un 16%.

Durante el ejercicio 2013, se ha logrado un acuerdo con los proveedores de bolsas de papel, tanto nacionales como de importación, para que el 100% de las bolsas de los Departamentos de moda disponga de certificado forestal.

La reducción de emisiones de CO₂ por la disminución del consumo de embalajes en el último año es superior a 2.800 Tm.

Energía

Nuestra apuesta por lograr una mayor eficiencia energética en las instalaciones, garantizando al mismo tiempo el nivel de confort de los clientes, nos ha llevado a trabajar en todas y cada una de las variantes que pueden tener incidencia en el consumo energético de nuestros centros comerciales: climatización, iluminación, frío comercial y sistemas de control.

Durante el último ejercicio, cabe destacar la ejecución de un nuevo proyecto para optimizar los sistemas de control. Concretamente se han implantado en diversos centros sistemas de control (de climatización y eléctricos) de última generación, consiguiendo una importante mejora de la eficiencia energética.

Estos sistemas permiten, además, proporcionar soporte al personal de mantenimiento para centralizar y optimizar las operaciones y gestión diaria.

En el campo de la iluminación y el frío comercial se han acometido diferentes proyectos consistentes en la implantación de tecnología de última generación, lo que se traduce de forma automática en importantes ahorros energéticos. Como ejemplo podemos hablar de la utilización progresiva de luminarias led, tanto en la iluminación general como en los muebles de frío comercial, lo que permite un importante ahorro en ambos conceptos.

En el campo de la iluminación y el frío comercial se han acometido diferentes proyectos con tecnología de última generación, lo que ha permitido importantes ahorros energéticos

Las medidas adoptadas han permitido una reducción del consumo eléctrico, medido en kWh/m², de más del 3% en el último ejercicio, y un acumulado que supera ya el 25% tomando como base el año 2008. En términos absolutos, la reducción global de consumos en el último año asciende a 67 GWh.

Las acciones de reducción de consumo han supuesto una disminución de las emisiones de CO₂ de 7.000 Tm en el último año.

Agua

El agua juega un papel decisivo en la vida cotidiana y por ello es necesario utilizar este valioso recurso de manera responsable. Solo a través de la combinación de medidas de distinta naturaleza se ha conseguido alcanzar una considerable reducción en el consumo de agua.

Como medidas de gestión, cabe destacar importantes ajustes del régimen de funcionamiento de las torres de refrigeración, sustituyendo el funcionamiento en continuo por un consumo estacional adaptado en cada caso a la demanda real. Concretamente, hemos pasado de un funcionamiento de 12 meses al año a otro de 6 meses al año en aquellos centros en que la demanda lo permite.

Como medidas de ahorro y eficiencia implantadas, es de señalar la sustitución de grifos por otros más eficientes dotados de temporizador y con caudal ajustable.

Por último, hemos invertido también en medidas de formación y sensibilización de nuestro personal ya que sin su implicación y colaboración, nada sería posible.

Todas ellas han permitido alcanzar importantes ahorros en el consumo global de agua en este último ejercicio.

Nuestro Plan de Gestión Sostenible del Agua permite por quinto año consecutivo hablar de valores de reducción por m²: casi un 6% durante el último ejercicio (200.000 m³ en términos absolutos), y más de un 20% acumulado en el periodo 2009-2013.



Emissiones

Las actuaciones que inciden directamente en nuestras emisiones, se repiten cada año, y son básicamente:

- Medidas de control del consumo eléctrico.
- Adquisición de energía eléctrica certificada procedente de fuentes renovables (un 16% del total anual).
- Mejoras en los procesos logísticos...

Estas medidas, unidas a la mejora durante el último ejercicio de los índices de emisión de las compañías eléctricas suministradoras, han permitido una importante reducción en nuestras emisiones.

Durante el periodo 2008-2013, la emisión acumulada del Grupo de empresas se ha reducido casi un 32% en términos absolutos.

La reducción global de emisiones en el último año supera las 100.000 Tm CO₂ eq.



Residuos

En El Corte Inglés mantenemos el compromiso de la adecuada gestión de los residuos para minimizar el impacto de éstos sobre el medio ambiente.

Cada vez son más los residuos que, segregados en origen, se valorizan o reciclan obteniendo materiales que se incorporan como materia prima a nuevos procesos de fabricación.

A continuación se exponen algunos de los aprovechamientos que tienen los principales residuos que generamos:

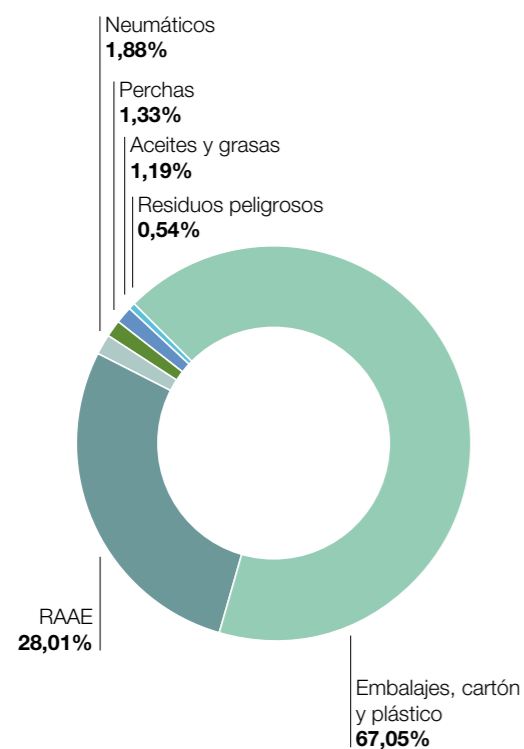
Tipo de residuo	Proceso de reciclado/reutilización
Papel y cartón de embalajes	Cartón reciclado para fabricación de nuevos embalajes
Film de embalajes y EPS (*)	Granza de plástico para fabricación de nuevos plásticos
Residuos de aparatos eléctricos	Metales férreos y no férreos para incorporación en procesos productivos
	Granza de plástico para fabricación de nuevos plásticos
	Vidrio para fabricación de diversos objetos
Neumáticos	Granulado de caucho para suelos de césped artificial y parques infantiles, etc.
Perchas	Granza de plástico y metales para fabricación de nuevas perchas
Residuos orgánicos	Fabricación de biodiesel, harinas para piensos de animales, y otros productos

(*) Embalajes de poliestireno expandido.

Por otra parte, este año hemos incrementado los controles internos reduciendo al máximo la fracción de productos alimenticios que dejan de ser aptos para la venta, y que en consecuencia desembocan en la generación de residuos.

Durante 2013 la tendencia en cuanto a la generación y valorización de residuos continúa estable, en torno a 60.000 Tm. De nuevo, el mayor volumen de generación corresponde a los envases y embalajes de tipo comercial, seguido de los residuos de aparatos eléctricos procedentes en su mayor parte de clientes.

Residuos gestionados 2013



Iniciativas ambientales

Como viene siendo habitual, participamos en los distintos Planes Renove organizados por las administraciones autonómicas, de electrodomésticos, calderas, aire acondicionado, ventanas... lo que permite impulsar la instalación de productos de alta eficiencia energética.

Además, durante el último ejercicio, hemos colaborado en la organización de otros Planes Renove a nivel empresa, como el de bombillas, garantizando la adecuada gestión del residuo a través de su entrega a empresas gestoras especializadas.

Por otra parte, las mejoras continuas que se desarrollan en el ámbito de la logística, permiten importantes beneficios medioambientales. En este sentido, hay que señalar que la optimización de recorridos, horarios y cargas en cada tramo de la cadena logística contribuye de forma decisiva a la reducción de emisiones.

Todo ello pone de manifiesto la importancia de las acciones que se llevan a cabo en materia medioambiental, ya que además de ser beneficiosas para el entorno, suponen mejoras en la gestión, lo que redunda en un beneficio económico para la compañía.

Impacto medioambiental por cambio en los flujos logísticos nacionales:

- Reducción de 1.500.000 km/año recorridos
- Mejora en la huella de carbono: 1.000 Tm/año

Dimensión social

Nuestro equipo

Nuestros equipos de vendedores, compradores, reponedores, informáticos, agentes de viaje, diseñadores... componen una plantilla de más de 93.000 personas distribuidas entre todas las empresas del Grupo. El 4,6% de estos profesionales trabajan en sociedades o sucursales en el extranjero. Al conjunto de esta plantilla hay que sumar unas 20.000 personas que trabajan en nuestros centros comerciales y pertenecen a algunas marcas o empresas proveedoras.

La plantilla media durante el ejercicio 2013 (calculada a jornada completa) es de 83.128 personas.

La mayor parte de nuestro equipo son mujeres, un 64% del total. El 94% del personal del Grupo tiene contrato fijo y casi el 70% trabaja a jornada completa. La edad media de la plantilla es de 41 años y la antigüedad media, de 14.

Distribución de empleados por empresas

En 2013 se han impulsado varios procesos de reorganización interna que han permitido una mayor flexibilización y dinamización de los turnos horarios, una modernización de los sistemas de incentivo y una potenciación del trabajo en equipo. Para hacer realidad estos procesos se ha aumentado la movilidad y polivalencia de nuestros vendedores con el objetivo de asegurar la rentabilidad del negocio y mantener un buen servicio al cliente.

En este sentido, hay que destacar las más de 2.700 personas, un 2,9% del total, que a lo largo del año han cambiado de función o se han movido dentro de las empresas del Grupo, lo que pone de manifiesto la capacidad de adaptación que se genera dentro del mismo.

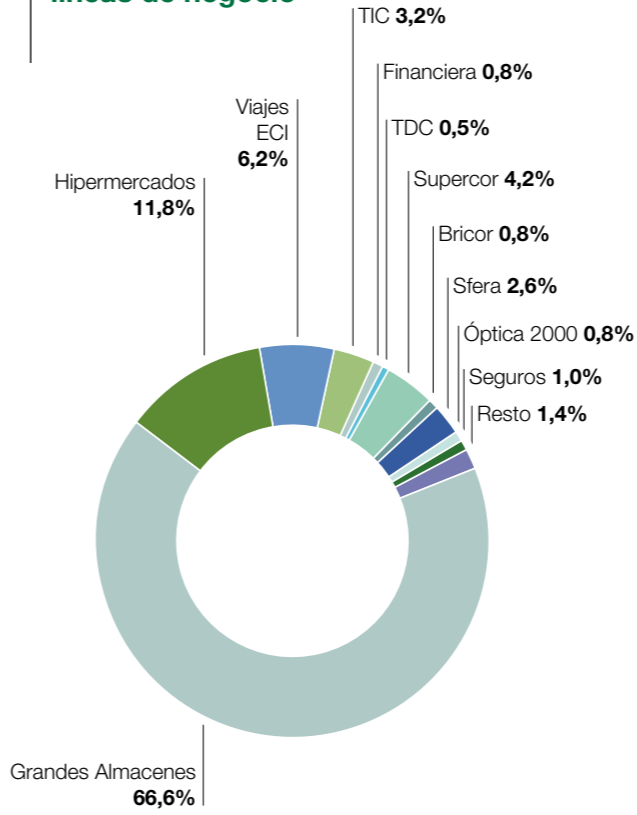
Una de las características de nuestra plantilla es la gran variedad de perfiles profesionales debido a la diversificación de nuestra actividad.

La distribución del personal por líneas de negocios e intervalos de actividad, edad y antigüedad se muestra en los gráficos de la página contigua.

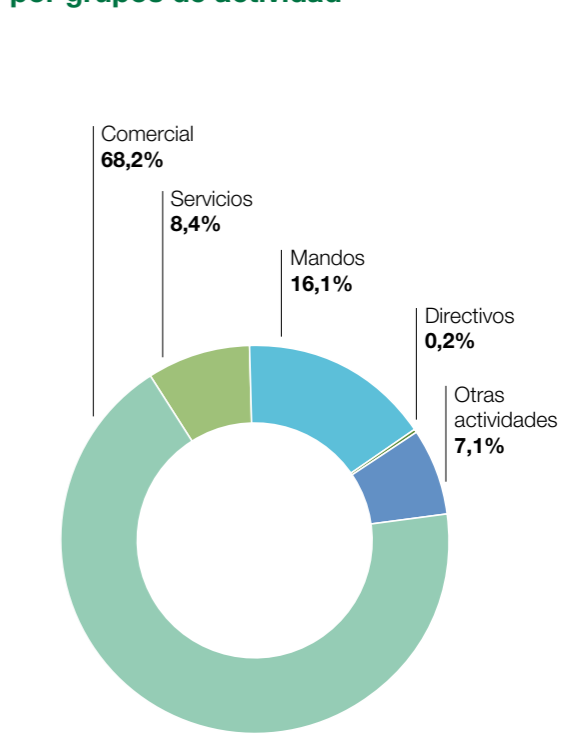
Principales cifras:

- **Plantilla media a jornada completa: 83.128 personas**
- **Empleo total al cierre del ejercicio: 93.222 personas**
 - 64% son mujeres y el 36% hombres
 - 94% tienen contrato fijo
 - 69% trabajan a jornada completa
- **351.355 horas de formación**
- **12.511 cursos presenciales, con una media de 10 alumnos y de 9,9 horas por curso**
- **410 personas fueron promocionadas a puestos de mayor responsabilidad**

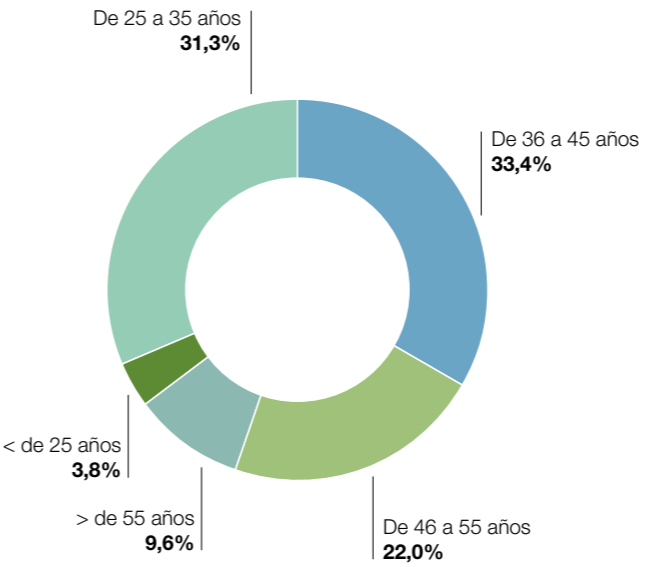
Distribución del personal por líneas de negocio



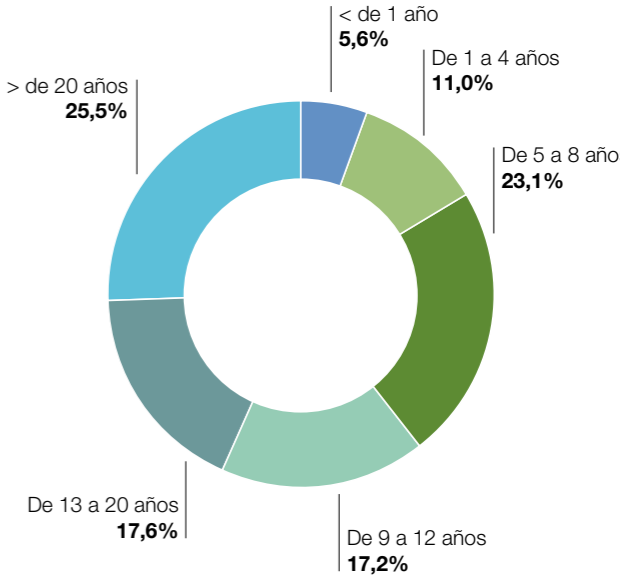
Distribución del personal por grupos de actividad



Distribución del personal por intervalos de edad



Distribución del personal por intervalos de antigüedad



La relación entre la empresa y sus empleados

El trabajo en equipo, el desarrollo profesional y el estímulo del talento, dentro de un clima de colaboración y mejora continua, constituyen la base que sustenta la relación de la empresa con sus empleados.

En este contexto se enmarcan las 410 personas que han sido promocionadas a puestos de mayor responsabilidad durante 2013, según se refleja en el siguiente cuadro:

Empresa	Personas
El Corte Inglés	259
Hipercor	19
Informática El Corte Inglés, Investrónica y Telecor	31
Viajes El Corte Inglés	20
Otras empresas del Grupo	81
Total	410

Otra forma de vinculación del Grupo con su equipo es la imposición anual de emblemas a aquellas personas que cumplen 25 y 15 años de servicio, premiando la fidelidad y la constancia. Más de 3.700 personas tuvieron este reconocimiento.

Empresa	Personas	
	25 años	15 años
El Corte Inglés	1.539	1.103
Hipercor	293	249
Informática El Corte Inglés, Investrónica y Telecor	52	112
Viajes El Corte Inglés	63	164
Otras empresas del Grupo	78	102
Total	2.025	1.730

410 personas han sido promocionadas a puestos de mayor responsabilidad

Negociación colectiva

Durante el ejercicio 2013 se han firmado una serie de acuerdos colectivos que responden al objetivo de ofrecer un buen servicio al cliente al mismo tiempo que se asegura la rentabilidad del negocio.

Acuerdo sobre el desarrollo de la jornada laboral:

- Se aplica a los centros de trabajo la flexibilidad establecida en el Convenio Colectivo en materia de jornada laboral.
- Se ajustan los turnos de horario en función de la curva de actividad y la plantilla disponible en cada centro comercial, mejorando la cobertura.
- Se homogeniza y normaliza el trabajo en domingos y festivos.

Acuerdo sobre jubilación parcial:

- Se da la opción de acceder a la jubilación parcial a aquellos trabajadores que lo deseen.

Acuerdo para un nuevo sistema de incentivos de ventas, cuyos objetivos son:

- Incrementar las ventas y la participación del empleado en el resultado de las mismas.
- Aumentar la motivación individual y mejorar la calidad del servicio que se presta a los clientes, tanto en la realización de las tareas de venta como en las complementarias a la misma.
- Impulsar un sistema más flexible que, además de permitir un mayor incentivo por una mayor venta, aúne los intereses individuales y colectivos.

Salud y seguridad laboral

La salud y la seguridad laboral forman parte de los compromisos sociales que mantiene la empresa. En este sentido, nuestros servicios sanitarios han colaborado con organismos públicos y privados en el desarrollo de distintas campañas:

- Vacunación anual de la gripe estacional, con más de 5.600 personas.
- Sensibilización de patologías comunes en colectivos de riesgo: osteoporosis, glaucoma, detección de cáncer de mama y próstata.
- Prevención de riesgos cardiovasculares.
- Abandono del tabaquismo, con una participación cercana a las 2.000 personas.

Las cuestiones relativas a la prevención de riesgos laborales están integradas en todos los ámbitos de actividad. Nuestros técnicos del Servicio de Prevención supervisan y mejoran de forma continua el desarrollo del sistema de prevención de riesgos, lo que ha permitido en los últimos años un descenso sostenido de los accidentes laborales, que ha sido del 6% en 2013.

Nuestro sistema de seguridad y salud también abarca a las empresas proveedoras y a sus empleados que trabajan en nuestros centros.

2.000 personas han participado en una acción de abandono del tabaquismo

Formación

La formación de los empleados es un elemento clave en nuestra estrategia de recursos humanos, ya que la preparación y actuación de nuestros profesionales nos otorgan un valor diferencial como empresa. Por ello, contamos con acciones y programas adaptados a cada puesto de trabajo y a sus diferentes niveles de experiencia, a los que hay que añadir numerosas acciones puntuales y flexibles orientadas a informar y actualizar sobre las novedades que se producen.

La mayor parte de los cursos presenciales se dirigen a la formación continua de especialización y perfeccionamiento del personal, con el objetivo de conocer las novedades comerciales y de producto, aprender los nuevos procesos administrativos y de gestión implantados y, en general, mejorar las habilidades para el desempeño de las diferentes tareas y responsabilidades.



También hay que destacar las acciones de formación presenciales que se han desarrollado para aquellos empleados que han cambiado de actividad, bien por la ampliación de sus competencias o bien por la transformación y evolución en el tipo de negocio en el que desarrollan su trabajo. El objetivo en ambos casos ha sido el mismo: adquirir los conocimientos necesarios para el correcto desempeño de su puesto de trabajo.

Como complemento a los cursos presenciales, la plataforma de formación *online* Aul@ECI permite realizar en breve espacio de tiempo una formación individualizada y normalizada, dirigida a colectivos muy numerosos. Por ello se ha utilizado esta metodología para trasladar a los profesionales de la venta las novedades puestas en marcha en 2013, entre las que cabe destacar “Estrena” y “Una Navidad diferente”.



Contenidos	Acciones formativas	Horas	Alumnos
Formación presencial			
Mandos	423	9.723	4.362
Producto, oficios y prevención de riesgos laborales	6.407	48.780	58.553
Comercial y marketing	2.009	26.357	30.982
Procesos administrativos de venta, gestión e informática	3.122	25.217	32.932
Otros	550	13.878	3.500
Total formación presencial	12.511	123.955	130.329
Formación <i>online</i>	-	227.401	303.129
Total	12.511	351.356	433.458

Duración media en horas de los cursos (formación presencial)	9,9
Nº medio de alumnos por curso (formación presencial)	10
Cursos por persona (formación presencial)	1,4
Cursos por persona (total)	4,6

A ello hay que añadir la formación voluntaria para empleados que se canaliza a través del Centro de Estudios Universitario Ramón Areces (CEURA) donde se imparten materias relacionadas con el Derecho, la Economía y Administración de Empresas, la Ingeniería Informática y el Turismo. Durante el ejercicio 2013, un total de 698 personas han cursado diversos estudios, según se refleja en el siguiente cuadro:

Materias	Diplomaturas	Licenciaturas	Grados (nuevo plan)	Adaptación (online)	Total
Derecho	-	16	146	-	162
Economía / Admón. y Dirección de Empresas	6	11	240	33	290
Ingeniería Informática	2	-	65	-	67
Turismo	-	-	41	-	41
Subtotal	8	27	492	33	560
Acceso a la Universidad	-	-	-	-	104
Máster	-	-	-	-	34
Total	8	27	492	33	698

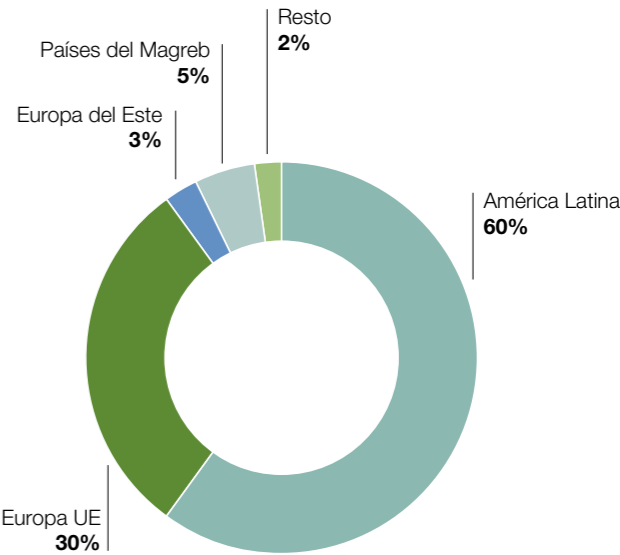
Integración, diversidad e igualdad de oportunidades

Apoyamos la integración laboral y la incorporación de las personas con discapacidad al mundo laboral. Además de facilitar su integración en nuestros equipos de trabajo, colaboramos con 60 Centros Especiales de Empleo para la subcontratación de servicios y compra de productos fabricados en dichos centros.

Asimismo, apoyamos la diversidad cultural lo que nos permite contar en nuestros centros comerciales con casi 4.000 personas de nacionalidad no española; esto supone el 4,2% del total de nuestra plantilla. La mayor parte de este colectivo son de origen latinoamericano, como se refleja en el gráfico adjunto.

En materia de igualdad de oportunidades, hay que señalar que los Planes de Igualdad de las diferentes empresas del Grupo están generando importantes avances en esta materia.

Distribución del personal extranjero por país de procedencia



Beneficios sociales

Facilitamos a nuestros empleados una serie de beneficios sociales entre los que destaca un seguro de vida colectivo que atiende indemnizaciones por fallecimiento e invalidez permanente absoluta.

También propiciamos ayudas de estudio para hijos de empleados destinadas a cursos de formación profesional, bachillerato y estudios universitarios. La Comisión Mixta de las Fundaciones César Rodríguez y Ramón Areces, encargada de gestionar dichas ayudas, ha concedido 3.034 becas por valor de 2,68 millones de euros.

La comunidad y el entorno

Mantenemos una relación de cercanía y compromiso con la comunidad que nos acoge, y nos sentimos vinculados con el entorno, con sus gentes y con la tierra en la que se instalan nuestros centros comerciales. Somos una empresa integrada en la sociedad; ese ha sido y es uno de los objetivos del Grupo El Corte Inglés en nuestros más de setenta años de historia.

Formamos parte del tejido empresarial y social que nos rodea, compartiendo las inquietudes de los ciudadanos y conociendo sus deseos y preocupaciones con el fin de contribuir a satisfacer esas necesidades. Ese espíritu de integración con la sociedad se refleja en las numerosas actividades de carácter cultural, deportivo, lúdico y social en las que participamos.

También mantenemos una estrecha relación con los agentes y organizaciones sociales, desde las grandes agrupaciones empresariales o los sindicatos, a representantes de los consumidores, organizaciones no gubernamentales, medios de comunicación y todo tipo de asociaciones y colectivos sociales.

Nuestra relación con las instituciones

Colaboramos con numerosas instituciones tanto públicas como privadas, entre las que destaca el Consejo Estatal de Responsabilidad Social Empresarial donde El Corte Inglés participa de forma activa en los trabajos que allí se desarrollan. En el año 2013 se ha acometido la redacción de dos importantes documentos. Por una parte, el correspondiente a la Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas 2014-2020, que pretende reforzar los compromisos voluntarios teniendo como prioridad el mantenimiento y generación de empleo, la mejora de la competitividad y la potenciación de iniciativas que avancen en sostenibilidad y cohesión social. Y por otra parte, el análisis de la gestión y funcionamiento del propio Consejo, de forma que se mejore su eficacia y credibilidad y se avance en los objetivos de promoción, coordinación y garantía de unidad de criterios en el ámbito estatal.

También participamos en las labores de preparación del Plan Nacional de Empresas y Derechos Humanos que el Gobierno ha puesto en marcha en 2013 con el objetivo de convertirlo en instrumento para la implantación

y seguimiento de los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos.

A través de la Comisión de Responsabilidad Social de la CEOE y de la Red Española del Pacto Mundial, hemos podido participar activamente para apoyar un enfoque positivo y voluntario que se centre en la promoción y difusión de los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos de la ONU. Este código ético es un referente en la búsqueda del equilibrio entre la responsabilidad de los Estados y Administraciones Públicas en la garantía de los Derechos Humanos, la propia responsabilidad de las empresas, y la puesta en marcha de medios adecuados de compensación y solución, frente a los casos de violación de derechos.

También hemos avanzado en nuestro compromiso de Reducción de Desperdicio Alimentario, impulsado por AECOC con el apoyo del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

Asimismo, estamos integrados en distintas organizaciones empresariales y patronales sectoriales, y en organizaciones y asociaciones regionales y locales.

Nuestra relación con la sociedad

Nuestra vocación de cercanía y vinculación con la sociedad nos lleva a participar en numerosas acciones que se canalizan a través de la colaboración que mantenemos con diferentes tipos de entidades, asociaciones, ONG e instituciones públicas y privadas de muy diversa índole. En este sentido, apoyamos numerosas actividades locales, regionales, nacionales e internacionales, que permiten desarrollar programas e iniciativas de carácter social, cultural, educativo y deportivo.

Estamos comprometidos con los Bancos de Alimentos con quienes tenemos convenios de colaboración permanente a nivel local y regional, además de un acuerdo marco que se firmó en el ejercicio 2013 con la Federación Española de Bancos de Alimentos. En este contexto se enmarcan todas las donaciones periódicas de producto que se destinan a las personas que más lo necesitan. A ello hay que añadir otro tipo de acciones de carácter puntual, así como las numerosas Operación Kilo que se desarrollan en los centros comerciales de El Corte Inglés, Hipercor y Supercor y que se coordinan con los Bancos de Alimentos locales y regionales. En total, más de un millón de kilos de productos entregados a los Bancos de Alimentos durante el ejercicio 2013.

En 2013 también hemos intensificado nuestra colaboración con otras organizaciones entre las que se encuentra Unicef. Por una parte, en nuestros centros comerciales ponemos a la venta productos de la ONG, y, por otra, en Navidad impulsamos la campaña Juguetes Solidarios por la que, además de ofrecer precios muy rebajados a los clientes, se dona a Unicef una cantidad del importe recaudado. Nuestra preocupación por el mundo infantil nos ha llevado también a colaborar en acciones de emergencia como el tifón Haiyan de Filipinas, en la que también participaron nuestros empleados y clientes incrementando así el importe destinado a Unicef para ayudar a los damnificados.



Aula de informática El Corte Inglés en la Fundación Bobath, para personas con daño cerebral.

Salida de la XXVI Cursa El Corte Inglés de Barcelona.

Centros llenos de actividades

A las acciones que propicia o en las que colabora El Corte Inglés y que se desarrollan fuera de los centros comerciales, hay que sumar aquellas que tienen lugar en nuestros establecimientos: desde las numerosas actividades organizadas para los niños, hasta firmas de discos, catas, concursos, etc. Una gran parte de estas acciones están canalizadas a través de Ámbito Cultural de El Corte Inglés que mantiene una política de promoción de la cultura con más de 2.000 actos desarrollados en los 22 centros que cuentan con salas específicas para este fin. Además de presentaciones de libros, se organizan cursos de edición, filosofía, conferencias temáticas y actividades relacionadas con la música, el arte y otras manifestaciones artísticas. Asimismo, promueve una serie de premios y galardones culturales entre los cuales destaca el Premio Primavera de Novela que en su última edición le ha correspondido al escritor Màxim Huerta.

Nuestras líneas de actuación

Acción social

Una de nuestras prioridades, sobre todo en momentos de especial dificultad, es estar cerca de los más necesitados mediante ayudas y colaboraciones que se canalizan a través de diferentes organizaciones e instituciones, como Cáritas, Cruz Roja, Aldeas Infantiles, la Asociación Española contra el Cáncer o la Asociación Semilla. También mantenemos una especial sensibilidad hacia las personas que tienen algún tipo de discapacidad y hacia los problemas de la mujer. Por ello participamos en iniciativas que fomentan la igualdad o que llaman la atención sobre problemas sociales concretos.

Ayuda al desarrollo

Conscientes de la importancia que tiene la ayuda al desarrollo, propiciamos diversas iniciativas y proyectos con organizaciones con las que mantenemos relación desde hace tiempo y que actúan tanto en España como en otros países. Entre ellas se encuentran Acción contra el Hambre, Fundación Crecer Jugando, Plan España, Mano a Mano, Asociación Vía María, etc.

Cultura

Fomentamos la actividad cultural en un sentido amplio que abarca iniciativas relacionadas con la literatura, el teatro, la música, el arte, el cine, la fotografía o la historia. Por ello colaboramos con instituciones como el Museo del Prado, el Museo de Bellas Artes de Bilbao, el Museo Baluarte de Pamplona, el Museo Baluart de Palma de Mallorca, la Academia de Bellas Artes de San Carlos en Valencia, el Teatro Real de Madrid o el Museu Olímpic i de l'Esports Joan Antoni Samaranch.

Educación

Creemos que una buena formación es la base del desarrollo futuro de una sociedad, por eso gran parte de nuestras acciones están dirigidas a la educación y formación de niños y adultos. Promovemos concursos escolares en colaboración con instituciones públicas, patrocinamos actividades culturales y deportivas que se realizan en colegios mayores, e impulsamos otra serie de iniciativas destinadas a fomentar el desarrollo educativo.

Deporte

El deporte promueve la relación y la convivencia entre las personas, el trabajo en equipo y otra serie de valores como el espíritu de superación personal; por eso buena parte de nuestras acciones están orientadas a impulsar y favorecer el desarrollo de las actividades deportivas. Patrocinamos los programas ADO y ADOP para deportistas olímpicos y paralímpicos, pero también organizamos actividades de base en numerosas disciplinas como las carreras populares y otras de diversa índole como las Carreras de la Mujer o los torneos de *paddle* solidarios.

Acciones de voluntariado

La asociación Grupo de Empresas El Corte Inglés tiene como objetivo fomentar una relación abierta y cordial entre todos los empleados. Cuenta con 12.579 socios y su actividad abarca acciones de tipo cultural, deportivo y lúdico, como excursiones, campamentos juveniles y viajes nacionales e internacionales.

Además, la asociación tiene un marcado carácter solidario, ya que colabora de forma habitual con causas humanitarias tanto en nuestro país como en otras partes del mundo; es parte de la filosofía de esta agrupación que destina una parte de las cuotas de sus socios a ayudar de forma directa a entidades sin ánimo de lucro.

Entre las acciones realizadas en 2013 destaca la colaboración con Cáritas para enviar *packs* de alimentos de primera necesidad tras el tifón de Filipinas. También con dicha organización se ha colaborado en la realización de cinco pozos de agua en la región de Shodo en Malí destinados a mejorar las condiciones de vida y salubridad de la zona. Asimismo se ha colaborado con la ONG Ambesa para financiar su labor en los campos de refugiados en Etiopía.

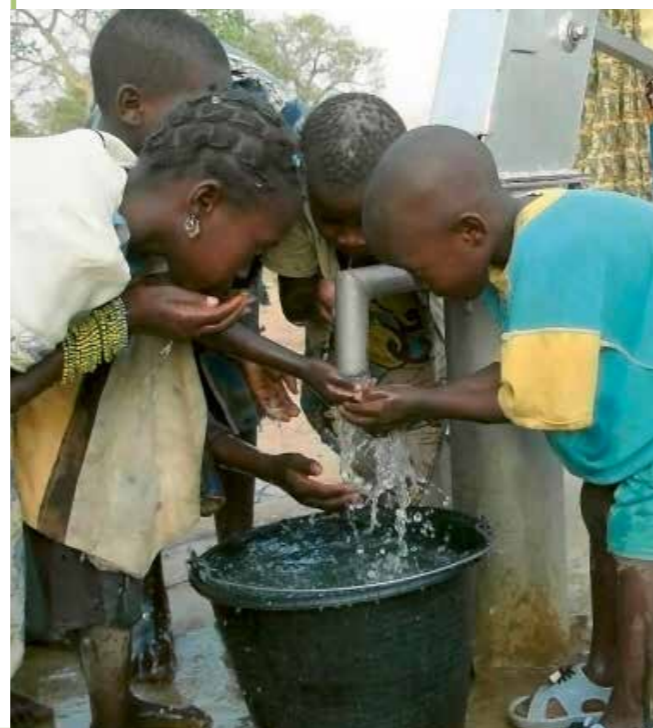
En España, apoyan a distintas ONG como la Fundación Juan XXIII, a quien se le ha enviado juguetes y material didáctico destinado a la integración de personas con distintas discapacidades.

Se hacen entregas semanales de alimentos a comedores sociales para que los distribuyan entre personas sin recursos. En este sentido, destaca la compra de 1.000 Kg de alimentos donados al Centro de Acogida Hogar San Juan que acoge y rehabilita a alcohólicos y toxicómanos.

En enero de 2014 se llevó a cabo una campaña de donación de juguetes que fueron entregadas a distintas parroquias, así como a la Fundación Don Bosco y a Casa Nazaret; ambas organizaciones trabajan con niños en riesgo de exclusión social. También se colabora con Aldeas Infantiles a través de sus Becas de Comedor que permiten a familias con dificultades económicas dejar que sus hijos puedan quedarse a comer en los colegios, reduciendo así los casos de malnutrición y absentismo escolar.

Por último, hay que recordar a los más de 1.100 donantes que participaron en la Campaña de Donación de Sangre de junio 2013 en colaboración con distintos centros de transfusión de la Comunidad de Madrid, lo que nos sitúa como una de las empresas más importantes en este ámbito.

La asociación de empleados colabora de forma habitual con causas humanitarias tanto en nuestro país como en otras partes del mundo



Proyecto de creación de pozos de agua en Mali.

Fundación Ramón Areces

La Fundación Ramón Areces está orientada desde su constitución en 1976 al mecenazgo científico mediante el fomento de la investigación, la contribución a la generación de capital humano y la difusión del conocimiento. 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.

Asimismo, la institución trabaja para generar nuevas oportunidades de formación entre los jóvenes investigadores, y promover el intercambio de ideas para el desarrollo de la Ciencia, la Educación y la Cultura.

La Fundación edita su propia Memoria de Actividades, si bien, por su amplia proyección social y por su vinculación con el Grupo El Corte Inglés, se recoge testimonio de sus actividades dentro de este informe. Igualmente se puede encontrar información en su web www.fundacionareces.es

Una de sus principales líneas de actuación es el apoyo a la investigación científica, principalmente mediante la convocatoria de concursos nacionales. En 2013 estaban en curso un total de 82 proyectos adjudicados. En el ámbito de las Ciencias de la Vida y de la Materia se financian disciplinas que requieren importantes esfuerzos de investigación básica en campos como la Terapia Génica y Regenerativa, Genoma y Epigenoma o los modelos Biomiméticos. En los últimos años la institución ha prestado especial atención a las investigaciones sobre enfermedades raras. En el área de las Ciencias Sociales, la Fundación concentra sus esfuerzos en campos considerados de interés para el progreso de la sociedad española: la educación, la innovación, los cambios demográficos o la productividad.

La Fundación trabaja para generar nuevas oportunidades de formación entre los jóvenes investigadores, y promover el intercambio de ideas para el desarrollo de la Ciencia, la Educación y la Cultura



Intervención de Eric A. Hanushek en la Fundación Ramón Areces.



Chris Patten en la Fundación Ramón Areces.

La Fundación dispone de un programa de becas para ampliación de estudios de posgrado y posdoctorales en el extranjero. En 2013, un total de 76 beneficiarios de 12 autonomías ampliaron sus estudios en los más prestigiosos centros y universidades del mundo. Asimismo, se financiaron becas del Programa de Postgrado en Biociencias Moleculares de la Universidad Autónoma de Madrid; de la Comisión Fulbrighth de Ampliación de Estudios en Estados Unidos; el programa de becas de Lectores Españoles para Universidades y las becas para el Máster Oficial en Contabilidad, Auditoría y Mercados de Capitales, impartido conjuntamente por la Universidad Autónoma de Madrid y la Universidad de Alcalá de Henares.

La Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial, ubicada en la Universidad de Oviedo, se enmarca, desde 2008, en los programas de formación de excelencia de esta disciplina. En su quinto año de actividad ha adquirido gran notoriedad por sus investigaciones, publicaciones, seminarios y docencia de posgrado en el ámbito de la Distribución Comercial y el Marketing.

El programa de becas para ampliación de estudios de posgrado en el extranjero ha permitido a 76 beneficiarios ampliar estudios en los más prestigiosos centros y universidades del mundo

En cuanto a la difusión del conocimiento, en 2013 la Fundación organizó 60 actividades en su sede en las que se abordaron temas como la economía global, la competitividad y los mercados de trabajo, el nuevo marco laboral, las políticas de desarrollo, las políticas de gobernanza internacional, el futuro de la energía sostenible, el futuro de Asia y América, las culturas científicas e innovadoras, el cáncer, las enfermedades raras o las enfermedades infecciosas emergentes, etc. Participaron como ponentes 523 expertos (326 nacionales y 197 extranjeros).

Además, mantiene colaboraciones con prestigiosas instituciones científicas y culturales. Presta apoyo a la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas; Real Academia de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales; Real Academia de la Historia; al Centro Nacional de Investigaciones Cardiovasculares (CNIC); Fundación Pasqual Maragall, Fundación Mujeres por África y Fundación Albéniz, entre otras.



