



Informe de actividad de **El Corte Inglés** y su grupo empresarial

Información económica	13
Responsabilidad Social Empresarial	47

Responsabilidad Social Empresarial

Dimensión comercial	50
Dimensión ambiental	65
Dimensión social	70

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

Madrid, 17 de diciembre de 2015

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 2014/2015, El Corte Inglés ha incrementado sus acciones en materia de Responsabilidad Social Empresarial, entre las que se encuentran las siguientes:

- *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.*

- *Se ha puesto en marcha de un nuevo sistema de auditorías higiénico-sanitarias en todos nuestros centros comerciales. El objetivo de estas auditorías, realizadas por empresas ajenas al Grupo, es garantizar el cumplimiento de nuestros estándares de calidad y seguridad alimentaria en supermercados, hipermercados, cafeterías, etc.*
- *En cuanto a productos manufacturados, es decir, hogar, electrodomésticos, etc. y poniendo un especial énfasis en juguetes y puericultura, se ha seleccionado una red de laboratorios a nivel global capaces de verificar que los requisitos exigidos en cuanto al cumplimiento de normativas nacionales e internacionales aplicables a cada producto, han sido implantados por nuestros proveedores en los artículos que comercializamos.*
- *En el área de moda, se ha puesto en marcha en origen un nuevo sistema de medición de resistencia, tanto para prendas textiles como para calzado, incrementando de manera muy notable la cantidad de test realizados, consiguiendo importantes mejoras de calidad y seguridad. En cuanto al control de sustancias químicas (Programa REACH+) se ha logrado una reducción significativa de aquellas que presentan algún tipo de riesgo. Como reconocimiento a estas actuaciones, la Asociación Española para la Calidad (AEC) ha ofrecido a El Corte Inglés la presidencia del Comité de Industrias de la Moda, punto de encuentro de la excelencia de todos los actores de la cadena de suministros en materia textil y accesorios.*
- *Mantenemos la colaboración con MSC (Marine Stewardship Council) para la puesta progresiva en el mercado de producto certificado y disponemos de un número creciente de referencias con Certificación de Pesca Sostenible MSC. También estamos avanzando para la puesta en el mercado de pescado fresco con certificación de origen sostenible. En acuicultura trabajamos con Global G.A.P. para la ampliación del surtido certificado en acuicultura sostenible y para la sensibilización del consumidor respecto al valor añadido que ofrece este producto con etiquetado Friend of the Sea.*
- *Somos sensibles al cuidado y al trato adecuado de los animales. Por eso, estamos desarrollando una política de comercio responsable de animales de compañía colaborando con asociaciones que velan por su bienestar, tanto a nivel nacional como regional. En este sentido, aquellos centros en los que se comercializan*

productos para mascotas, promueven la adopción de animales y realizan acciones de sensibilización.

- *Hemos avanzado en nuestros compromisos de verificación de condiciones sociales y laborales de proveedores, a través de las auditorías sociales realizadas en el marco del sistema BSCI, que toma como referencia las convenciones fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Durante el ejercicio 2014, se realizaron 603 auditorías.*
- *En el ejercicio 2014 se ha dado un importante impulso a la certificación forestal FSC, lo que garantiza su procedencia de bosques gestionados de forma responsable y controlada a lo largo de la cadena de producción, habiéndose incorporado en el papel de tiques de los terminales punto de venta, folletos y catálogos y entradas de espectáculos.*
- *Las medidas adoptadas para fomentar la eficiencia energética de las instalaciones de los Centros Comerciales, han permitido una reducción del consumo eléctrico, medido en kWh/m², de un 2,6% en el último ejercicio, y un acumulado que supera ya el 32% tomando como base el año 2008. Asimismo, en el último ejercicio se ha logrado una reducción en el consumo de agua de un 4% medido en m³/m² y de más de un 22% acumulado en el periodo 2009-2014.*
- *En el último año, el cómputo global de emisiones es muy inferior al del pasado año, debido a las buenas prácticas respecto al consumo energético, mejoras tecnológicas de las instalaciones, así como a la disminución del coeficiente de emisión de las empresas suministradoras de energía. El ahorro global de emisiones supera las 45.000 Tm CO₂ eq. (más de un 10% respecto al año anterior).*
- *En el mes de abril de 2014 se suscribió un nuevo acuerdo del Sistema de Incentivos sobre Venta en las empresas de El Corte Inglés e Hipercor. Gracias a estos acuerdos, que obtuvieron un amplio consenso social, los incentivos que perciben los trabajadores regulados por dicho sistema se han incrementado en casi un 14% durante el primer año de vigencia.*

- *En cuanto al Servicio de Prevención de Riesgos Laborales, hay que destacar la auditoría reglamentaria del sistema de prevención en las empresas integrantes del Servicio de Prevención Mancomunado que se ha realizado durante el ejercicio 2014.*
- *Durante el ejercicio 2014 se constituyó una nueva mesa de negociación para renovar el Plan de Igualdad de El Corte Inglés. Como resultado de ello, en mayo de 2015 se ha renovado por unanimidad con todos los representantes de las organizaciones sindicales CCOO, Fasga, Fetico y UGT un nuevo Plan de Igualdad que estará vigente hasta el 31 de diciembre de 2020.*
- *Formamos parte del Consejo Estatal de Responsabilidad Social Empresarial donde colaboramos en aquellos trabajos que se están llevando a cabo; estamos implicados en el desarrollo del Plan Nacional de Empresas y Derechos Humanos que el Gobierno puso en marcha en 2013; tenemos una participación activa en la Comisión de Responsabilidad Social de la CEOE y de la CEIM-Cámara de Comercio de Madrid, y en la Red Española del Pacto Mundial. También estamos presentes en el Comité de RSE de la AECE (Asociación Española de Consultores de Empresa) y en el Comité de Dirección de BSCI.*
- *Hemos avanzado en nuestro compromiso de Reducción de Desperdicio Alimentario, impulsado por AECOC con el apoyo del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.*
- *Entre las numerosas iniciativas de apoyo al emprendimiento en las que participamos, hay que destacar el proyecto Start Up Madrid_10, desarrollado por el Foro de Empresas por Madrid con el objetivo de poner en funcionamiento un mecanismo de colaboración público-privada para generar e impulsar proyectos emprendedores en Madrid. Asimismo, en 2014 hemos patrocinado los IX Premios Concilia a Emprendedores de la Fundación Mashumano y hemos colaborado con Fundetec para apoyar el desarrollo tecnológico de las pymes.*
- *Durante 2014 hemos donado más de 2.200 toneladas de alimentos para personas necesitadas, ya sea a través de los Bancos de Alimentos como de otro tipo de organizaciones, cuyo fin es proporcionar productos de primera necesidad a personas en dificultades.*

- *Nuestras principales líneas de actuación en materia social son:*
 1. *Acción social: canalizamos nuestras ayudas y colaboraciones a través de diferentes ONG e instituciones, como Cáritas, Cruz Roja o Aldeas Infantiles. También impulsamos las actividades de organizaciones de ayuda a discapacitados como la Fundación También (deporte para discapacitados), Fundación Bobath (daño cerebral) o la Fundación MasNatur (respiro familiar para personas con discapacidad) y Fundación Centac para el desarrollo de ayudas tecnológicas para la discapacidad.*
 2. *Ayuda al desarrollo: Colaboramos con Acción contra el Hambre, Fundación Crecer Jugando, Plan España, Mano a Mano, etc. En el ejercicio 2014 también hemos desarrollado una acción conjunta con Médicos sin Fronteras dentro de la campaña Stop Ébola.*
 3. *Cultura: Además de las numerosas actividades que se desarrollan en nuestros centros comerciales, colaboramos con instituciones como el Museo del Prado, el Museo de Bellas Artes de Bilbao, el Auditorio y Palacio de Congresos Baluarte de Pamplona, el Museo Baluard 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'Esport Joan Antoni Samaranch, entre otros.*
 4. *Educación: 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. En 2014 patrocinamos también el Congreso de Liderazgo Femenino y Gestión del Talento.*
 5. *Deporte: Patrocinamos los programas ADO y ADOP para deportistas olímpicos y paralímpicos, pero también organizamos actividades de base en numerosas disciplinas como las carreras populares o los torneos de paddle solidarios.*
- *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. La Fundación contaba, en 2014, con 64 becarios de postgrado y posdoctorales en los más destacados centros de investigación y universidades del mundo, principalmente de Europa. Asimismo, organizó 82 actividades propias entre conferencias, seminarios, clases magistrales, congresos, etc.

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*

Nuestros principios

Nuestro modelo empresarial está sustentado sobre una serie de principios éticos y responsables con la sociedad. En este marco se desarrolla 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 en el que están representadas todas las áreas estratégicas y de gestión. Este Comité está apoyado por varios grupos de trabajo interdisciplinarios 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, medioambientales y contra la corrupción que integran este código internacional.

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, diferenciada e innovadora 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

75 años de historia avalan nuestro modelo de negocio cuyos pilares, innovación y adaptación constante a las nuevas necesidades de la sociedad, están presentes en todas nuestras áreas de actividad. Desde el gran almacén como punto de partida, El Corte Inglés ha creado un Grupo empresarial al que se han ido incorporando nuevas propuestas comerciales y de servicios que incluyen hipermercados, supermercados, bricolaje, ópticas, agencias de viaje, seguros, informática, etc. En todos ellos se pueden encontrar una serie de rasgos comunes que caracterizan y diferencian a El Corte Inglés: comercio de calidad, una gran oferta especializada, una buena relación calidad-precio, atención personalizada, servicios diferenciados y pensados para satisfacer al cliente y la garantía total en todas las compras.

Llevamos 75 años marcando tendencia, situándonos a la vanguardia, impulsando cambios, creando conceptos novedosos. Y lo hacemos en todos nuestros ámbitos de actuación: en tecnología, en procesos logísticos, en el desarrollo de herramientas informáticas y en la construcción de espacios y ambientes que desprenden diseño y evocan experiencias. Sugerimos nuevas formas de entender la moda, la cultura, la gastronomía, el ocio, la tecnología, la decoración... La innovación es una seña de identidad de la empresa y nuestro modelo de negocio está intrínsecamente vinculado a ella.

En este contexto, hemos creado relaciones de colaboración y confianza con nuestros proveedores; y hemos establecido una vinculación permanente con la sociedad que nos rodea.

Nuestros clientes

El cliente es el eje de nuestro modelo de negocio 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”.

Gracias a esta relación de confianza mutua que mantenemos con el cliente, nuestras tiendas mantienen una tendencia positiva de afluencia con más de 640 millones de visitas en 2014. También hay que destacar los 10,7 millones de personas que poseen la tarjeta de compra El Corte Inglés.

Llevamos 75 años marcando tendencia, situándonos a la vanguardia, impulsando cambios, creando conceptos novedosos. Y lo hacemos en todos nuestros ámbitos de actuación.

El Corte Inglés

Nuestros compromisos con el cliente

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.

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.

Servicio

La atención personalizada y nuestra vocación de servicio nos diferencia como empresa. Escuchamos las sugerencias de nuestros clientes para darles la respuesta más adecuada y les ofrecemos una amplia gama de servicios en todas nuestras tiendas.

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, decoración, cultura y ocio, viajes, seguros, informática...

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.

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 2014 se llevaron a cabo más de 60.000 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

Escuchamos de forma permanente a nuestros clientes para dar respuesta a sus expectativas y sus dudas, y ofrecerles aquello que necesitan. Nos interesa lo que piensan y lo que opinan y por ello mantenemos una comunicación fluida y constante a través de 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.

Asimismo, las redes sociales y plataformas como Facebook, Twitter o YouTube, entre otras, nos permiten mantener una relación inmediata e interactiva con el público, en general, 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.

En comunicación permanente

- Más de **5 millones de llamadas telefónicas** realizadas a clientes.
- Más de **3 millones de llamadas atendidas**.
- **370.000 mensajes** enviados a móviles.
- **115.000 consultas** atendidas por correo electrónico.

A todo ello hay que añadir nuestra comunicación publicitaria, acorde con las expectativas que genera 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.

Nuestras páginas web

A través de la página web de El Corte Inglés facilitamos información sobre todo aquello que pueda interesar al cliente: horarios comerciales, localización de los centros, actividades en nuestros establecimientos, promociones y ofertas de productos, facilidades de compra, financiación, etc.

Durante 2014 la web de El Corte Inglés recibió más de 227 millones de visitas anuales, lo que supone un incremento del 46,7% sobre el año anterior, con más de 4,7 millones de usuarios registrados (un 12% superior al ejercicio precedente), lo que la convierte en un referente del comercio electrónico en España.

Además, contamos con otras páginas específicas de otras líneas de negocio como Hipercor, Bricor, Sfera, Viajes El Corte Inglés, etc., que se adaptan a las necesidades específicas de los clientes.

Nuestros productos y servicios

Nuestro modelo de negocio lleva implícita una amplia gama de productos y servicios encaminados a satisfacer a todo tipo de clientes, con diferentes gustos, necesidades o posibilidades económicas.

En este sentido, nuestra vocación por ofrecer una buena atención al cliente, nos ha llevado a ser pioneros en numerosas áreas como el Servicio Personal Shopper, que funciona como un asesor individual de moda, o el Servicio de Búsqueda de Mercancía.

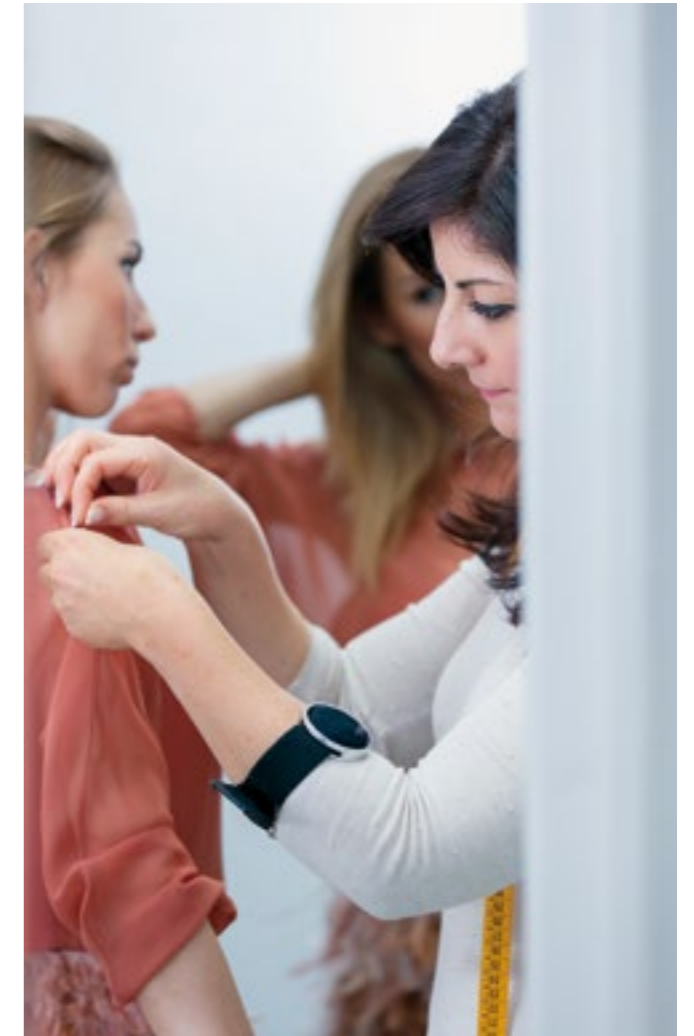
A todo ello hay que añadir otros como la carta de compra, la tarjeta regalo, la sastrería a medida o las diferentes fórmulas personales de pago y financiación. En este sentido, hay que señalar las líneas de crédito anticipo Navidad que ofreció Financiera El Corte Inglés para que cualquier cliente pudiera realizar sus compras antes de las fiestas navideñas y aplazar el pago en función de sus necesidades.

Otro de los servicios novedosos de 2014 ha sido el Click&Collect, que permite realizar el pedido *online* y recoger la compra de moda, complementos, zapatería, informática, juguetes, cultura, ocio, etc. en centros de El Corte Inglés y de Supercor. Este servicio se suma al de Click&Car para la compra en el supermercado que se puso en marcha el año anterior.

Calidad, trazabilidad y seguridad

Trabajamos cada día para garantizar la calidad, trazabilidad y seguridad de los productos y servicios que ofrecemos, incorporando todos aquellos sistemas y procedimientos que permiten una mejora continua.

En el área de alimentación, hay que destacar dos actuaciones acometidas durante el ejercicio 2014. La primera de ellas se refiere al etiquetado, lo cual ha exigido un mayor esfuerzo de transparencia en la información que suministramos a nuestros clientes, tanto por nuestra parte como por los proveedores, en línea con el Reglamento del Parlamento Europeo



de Información Alimentaria al Consumidor que ha entrado en vigor durante el ejercicio y que pone énfasis en la composición de los productos, especialmente en los alérgenos. Por otro lado, hay que señalar la puesta en marcha de un nuevo sistema de auditorías higiénico-sanitarias en todos nuestros centros comerciales. El objetivo de estas auditorías, realizadas por empresas ajenas al Grupo, es garantizar el cumplimiento de nuestros estándares de calidad y seguridad alimentaria en supermercados, hipermercados, cafeterías...

En cuanto a productos manufacturados, es decir, hogar, juguetes, electrodomésticos, etc., se ha avanzado en el proyecto iniciado el ejercicio anterior para compilar y actualizar las normativas nacionales e internacionales aplicables a cada familia de producto. Para ello, se ha seleccionado una red de

laboratorios a nivel global capaces de verificar que los requisitos exigidos han sido implantados por nuestros proveedores en los artículos que comercializamos.

Hay que destacar el esfuerzo adicional que se ha realizado en todo lo referente al mundo infantil, reforzando los controles sobre productos de puericultura y juguetes.

En el área de moda, hemos puesto en marcha en origen un nuevo sistema de medición de resistencia, tanto para prendas textiles como para calzado, incrementando de manera muy notable la cantidad de test realizados respecto al ejercicio 2013, consiguiendo importantes mejoras de calidad y seguridad. En cuanto al control de sustancias químicas (Programa REACH+) se ha logrado una reducción significativa de aquellas que presentan

algún tipo de riesgo. También hemos duplicado la capacidad del centro de revisión de tejidos situado en Cáceres, con el objetivo de mejorar la calidad y seguridad.

Como reconocimiento a estas actuaciones, la Asociación Española para la Calidad (AEC) ha ofrecido a El Corte Inglés la presidencia del Comité de Industrias de la Moda, punto de encuentro de la excelencia de todos los actores de la cadena de suministros en materia textil y accesorios.

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



Ensayos de laboratorio

- **7.450 muestras alimentarias analizadas**, 98% de las cuales se realizan en nuestro propio laboratorio alimentario, con 5 análisis de media por muestra, dan un total de 37.250 ensayos.
- **3.369 artículos manufacturados**, con una media de 6 análisis por artículo, corresponden un total de 20.214 análisis. A ello hay que añadir la revisión de más de 2.000 etiquetados, 642 manuales de instrucciones y 3.085 dossiers de calidad que incluyen múltiples certificados para conformidad con marcado CE.
- **19.800 ensayos físico-mecánicos** de artículos de moda, a una media de 7 análisis por muestra, dan un total de 138.600 ensayos.
- **2.964 de sustancias químicas (REACH), etiquetado y seguridad infantil**, con 15 análisis por muestra, suponen un total de 44.460 ensayos.
- **4.535 muestras de tejidos y fornituras**, en nuestro laboratorio de moda, con 9 análisis de media por muestra, suman 40.815 ensayos.
- **382 auditorías sobre parámetros higiénico-sanitarios** llevadas a cabo en nuestros centros comerciales.



Productos sostenibles

Trabajamos para afianzar la presencia de productos sostenibles en todas nuestras áreas de negocio, desde alimentación y artículos de gran consumo a cosmética, moda, textil-hogar o electrodomésticos (la mayoría de alta eficiencia energética). Conscientes de nuestro papel como empresa de distribución, promovemos el consumo sostenible, dando así respuesta al interés de la sociedad por un consumo de calidad que minimice el impacto ambiental.

En alimentación, estamos comprometidos con la pesca sostenible. Desde que en 2011 publicamos nuestra política de compra responsable de productos del mar y de acuicultura, trabajamos en varias líneas de actuación con el objetivo de desarrollar un amplio catálogo de productos de pesca y acuicultura sostenible. En este sentido, colaboramos con MSC (Marine Stewardship Council) para la puesta progresiva en el mercado de producto certificado y disponemos de un número creciente de referencias con Certificación de Pesca Sostenible MSC. También estamos avanzando para la puesta en el mercado de pescado fresco con certificación de origen sostenible.

En acuicultura trabajamos con GLOBALG.A.P. para la ampliación del surtido certificado en acuicultura sostenible y para la sensibilización del consumidor respecto al valor añadido que ofrece este producto con etiquetado Friend of the Sea.

Nos importa la sostenibilidad de los recursos naturales; por ello, en nuestros establecimientos contamos con el mayor número de referencias de productos ecológicos, fundamentalmente en perecederos, ultramarinos, refrigerados y conservas.

Por otra parte, fomentamos el producto de proximidad. Es lo que denominamos kilómetro cero, que nos permite ofrecer cada día verduras y hortalizas cortadas esa misma mañana en las huertas del entorno. También tenemos acuerdos con pequeñas

Bienestar animal

Somos sensibles al cuidado y al trato adecuado de los animales. Por eso, estamos desarrollando una política de comercio responsable de animales de compañía colaborando con asociaciones que velan por su bienestar, tanto a nivel nacional como regional. En este sentido, aquellos centros en los que se comercializan productos para mascotas, promueven la adopción de animales y realizan acciones de sensibilización.



lonjas locales que proveen de pescado a nuestros supermercados de la zona.

Asimismo, seguimos avanzando en 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. Así, por ejemplo,

nuestra marca propia de gran consumo cuenta ya con 21 referencias de celulosa con certificación FSC que garantiza que procede de bosques sostenibles, y actualmente se está trabajando en otros 25 nuevos productos que abarcan servilletas, papel de cocina, papel higiénico, *packaging*, etc.

En el área de electrodomésticos, fomentamos la adquisición de productos de mayor eficiencia energética participando en diversos Planes Renove y colaboramos en campañas de concienciación sobre la prevención de residuos. En este mismo contexto de sensibilización social, estamos comprometidos en la difusión de buenas prácticas para reducir el desperdicio de los alimentos en los hogares.



Gustos y necesidades específicos

Creemos en la diversidad sin distinción de edad, gustos, preferencias o capacidad económica, y 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; en este ejercicio, incluso, se ha promovido una pasarela denominada Curvies by El Corte Inglés con firmas y diseños muy actuales para mujeres que utilizan tallas superiores. También en cosmética y belleza contamos con una gran variedad de productos para pieles sensibles.

En alimentación, ofrecemos uno de los mayores surtidos de dietéticos del mercado y tenemos la marca propia Special Line con más de 200 referencias. También las personas que padecen algún tipo de intolerancia, pueden elegir entre un surtido amplio y bien identificado; por ello, hemos aumentado y mejorado la oferta de productos aptos para celíacos tanto de frescos como de ultramarinos. También contamos con un mayor número de referencias específicas para diabéticos y en nuestros establecimientos se pueden encontrar alimentos bajos en grasas y/o sal, productos sin lactosa, y free from (dietéticos que no contienen gluten, lactosa, huevos ni trazas de frutos secos). Además, 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 casi 1.400 productos kosher, halal, orientales, etc.

Nuestros proveedores

Una buena selección y homologación de proveedores es el punto de partida para poder satisfacer las exigencias de calidad de nuestros clientes. Por eso mantenemos con ellos una relación de colaboración y confianza mutua que nos permite desarrollar proyectos de forma conjunta, especialmente aquellos que suponen una innovación o diferenciación respecto a nuestros competidores.

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. Paralelamente, realizamos procesos de verificación del cumplimiento de esos principios.

Mantenemos con nuestros proveedores una relación de colaboración y confianza mutua que nos permite desarrollar proyectos de forma conjunta.



Número de proveedores por empresa

Empresa	Países no UE	Países UE	Total
El Corte Inglés	2.088	18.788	20.876
El Corte Inglés-Grandes Almacenes	–	3.586	3.586
Hipercor	542	2.346	2.888
Bricor	76	1.066	1.142
Supercor	–	777	777
Sfera Joven	382	861	1.243
Óptica 2000	3	213	216

Origen y procedencia

La diversidad y amplitud de nuestro surtido nos permite incorporar las novedades y productos que van apareciendo en todas nuestras áreas de actividad. Buscamos la calidad al mejor precio, y también propiciamos la adquisición de productos locales y de proximidad. La mayoría de las compras las realizamos a proveedores nacionales y de la UE. No obstante, la realidad globalizada del mercado y la complejidad de la cadena de suministro ha impulsado la compra directa de determinado tipo de productos en otros países.

Para gestionar de forma óptima toda la mercancía que proviene de países terceros, contamos con una red de oficinas comerciales repartidas por diversas partes del mundo. En el ejercicio 2014, se ha inaugurado

una nueva en Vietnam desde la que se gestionarán las operaciones que se realizan en el Sudeste Asiático.

Estamos comprometidos con la calidad, la seguridad, la responsabilidad social y la sostenibilidad de nuestros productos, y por ello evaluamos los riesgos sociales y ambientales en la cadena de valor. Nuestro equipo internacional se encuentra en las áreas de Extremo Oriente, Oriente Medio, Oriente Próximo y Magreb.

Auditorías sociales

Durante el ejercicio 2014 hemos avanzado en nuestros compromisos de verificación de condiciones sociales y laborales de proveedores, a través de las auditorías sociales realizadas en el marco del sistema BSCI, que toma como referencia las convenciones fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Nuestro protocolo de homologación RSE está concebido como un proceso de mejora continua que permite a los proveedores cumplir a corto plazo con todos los requisitos del Código de Conducta de BSCI.

Paralelamente 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 el cumplimiento de las condiciones sociales y medioambientales de proveedores en países terceros. En este grupo de trabajo informamos de los proyectos que llevamos a cabo en la cadena de suministro y buscamos soluciones conjuntas para aquellos casos que lo requieren. Sus aportaciones y sugerencias nos permiten avanzar en línea con nuestras mutuas expectativas.

Desde que pusimos en marcha el sistema de auditorías sociales, hemos realizado un total de 1.713 en 19 países. Durante el ejercicio 2014, se realizaron 603 auditorías.

Auditorías a proveedores en terceros países

Año	Auditorías
2009	40
2010	120
2011	240
2012	240
2013	470
2014	603
TOTAL	1.713

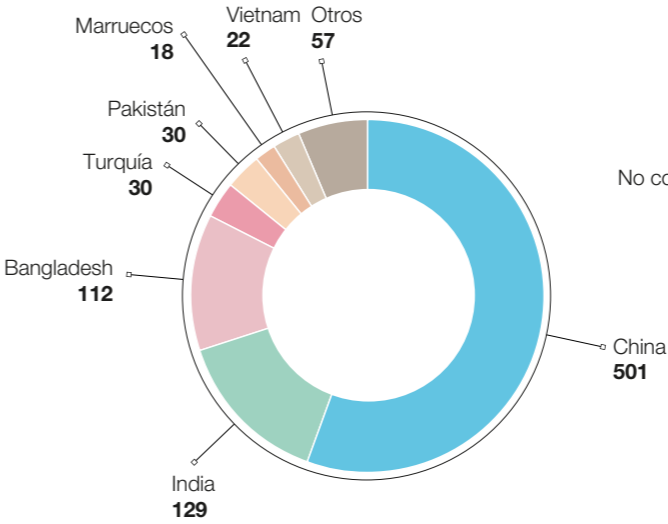


Como parte de nuestros compromisos de responsabilidad social, trabajamos también en un programa de auditorías sociales para el sector textil en Europa reevaluando y homologando a los proveedores textiles en la Unión Europea, fundamentalmente España y Portugal.

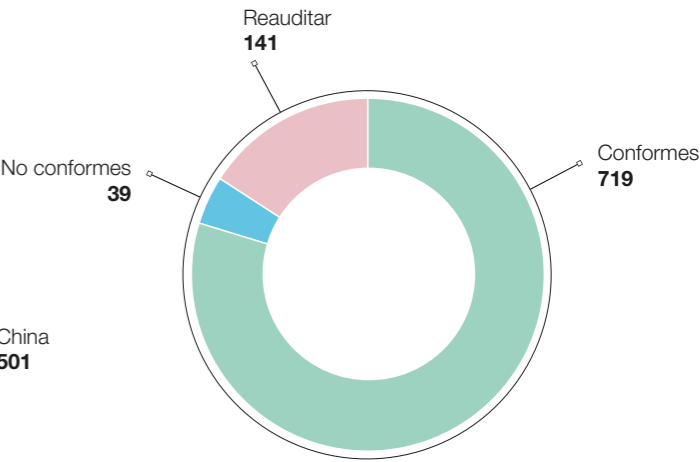
En este sentido, evaluamos mediante auditorías las capacidades y el entorno de seguridad laboral de nuestros proveedores de marca propia que suponen la fuente principal de suministro en el ámbito de la moda. Esto permite un conocimiento más profundo y veraz de la cadena de suministro textil y una mejor selección de talleres.

Auditorías en terceros países

Fábricas auditadas por países 2014

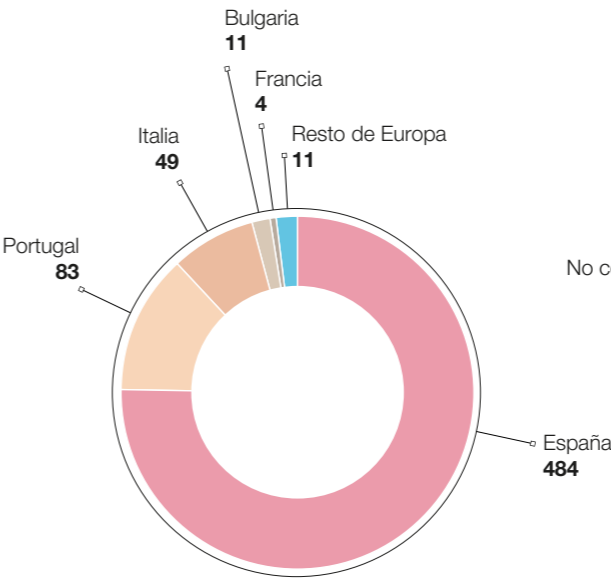


Resultado de auditorías 2014

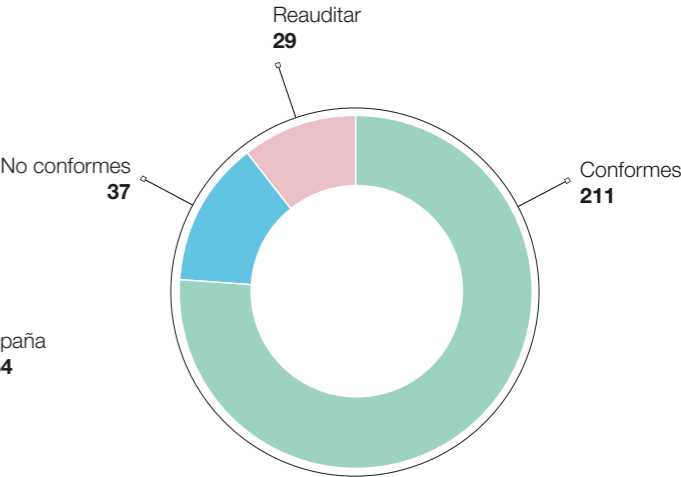


Auditorías del textil en Europa

Proveedores activos por país europeo 2014 (sector textil, marca propia)



Resultado de auditorías 2014 (sector textil, marca propia)



Proyectos internacionales

Durante el ejercicio 2014 hemos mantenido nuestra participación en diversos proyectos internacionales que se desarrollan en países fuera de la UE con el fin de colaborar a la mejora de las prácticas laborales y al cumplimiento de los códigos de conducta.

• Iniciativa Tamil Nadu (India)

Desarrollado en 2013 por Ethical Trading Initiative con el respaldo de BSCI y la participación de empresas, sindicatos, ONG e instituciones internacionales y locales, este proyecto para la industria textil del estado de Tamil Nadu (India) tiene por objetivo mejorar las condiciones sociales y laborales de jóvenes trabajadoras, poniendo fin a la práctica conocida como Sumangali, enraizada en esta región. En diciembre de 2014 se intensificaron los contactos a nivel local para darle un nuevo impulso a la iniciativa, que debe hacer frente al reto de modificar costumbres ancestrales. El Corte Inglés, desde su delegación en Nueva Delhi, participa en este proyecto a tres años que incluye programas de formación para empresarios y empleados, y promueve cambios normativos que favorezcan a las trabajadoras.

• Estudio sobre el trabajo infantil en la industria del calzado (India)

Este proyecto, liderado por BSCI y que cuenta con participación de El Corte Inglés, pretende identificar en una primera fase la prevalencia del trabajo doméstico e infantil en la industria del calzado que se desarrolla en el distrito de Vellore (estado de Tamil Nadu, India). Esta iniciativa consiste en identificar la eventual subcontratación de trabajo en los hogares de pequeñas aldeas y tomar medidas encaminadas a erradicar los posibles casos de trabajo infantil. La segunda fase se desarrollará en la región productora de Agra y contará con la participación de distintas ONG para el diseño de programas de escolarización para los casos que se detecten.

• Proyecto Cotton Pledge (Uzbekistán)

Esta iniciativa impulsada por Responsible Sourcing Network pretende erradicar el trabajo forzoso tanto de niños como de adultos en la recolección del algodón, práctica promovida por las autoridades de Uzbekistán. El Corte Inglés es una de las 140 empresas firmantes a nivel internacional de dicha iniciativa.



Apoyo a la industria textil de Bangladesh

Durante 2014 hemos mantenido nuestros compromisos con la industria textil de Bangladesh. Entre las medidas adoptadas a nivel internacional hay que destacar dos que han contado con el apoyo y coordinación de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y en las que han participado sindicatos, ONG, organismos internacionales y empresas, entre ellas El Corte Inglés.

• Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh

(Acuerdo sobre Seguridad en la Edificación y Protección de Incendios). En 2014 se ha llevado a cabo 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 edificios, instalaciones eléctricas y sistemas de prevención de incendios. El Corte Inglés ha involucrado a todos sus proveedores en ese país, realizando más de 300 inspecciones

técnicas al amparo del programa, y ha dispuesto de un equipo de ingenieros que ha evaluado sobre el terreno las necesidades de mejora de las fábricas.

• Rana Plaza Compensation Arrangement

(Acuerdo de Principios para una solución práctica que ayude a las víctimas del accidente). En enero de 2014 se creó un fondo internacional de ayudas a las víctimas del accidente. Empresas internacionales, empresas locales, sindicatos y ONG, junto al Ministerio de Trabajo de Bangladesh, han creado la estructura y los procesos necesarios para recoger todas las reclamaciones y calcular el importe de las compensaciones. En abril de 2015, la totalidad de las víctimas habían cobrado ya al menos un 70% de los importes calculados en función a dicha convención. Para más información: <http://www.ranaplaza-arrangement.org>.



La logística

Como elemento clave de la actividad empresarial, la logística requiere una actualización y mejora continua con el fin de ganar eficiencia y agilidad. Ello nos lleva a incorporar de forma permanente las últimas tecnologías y sistemas que van apareciendo en el mercado. Estas mejoras influyen positivamente en el medio ambiente.

El Grupo cuenta con dos centros logísticos principales situados en Valdemoro (Madrid) y Montornés del Vallés (Barcelona), donde se centralizan las entregas de mercancía procedentes de los proveedores, optimizando los procesos logísticos y de transporte. Complementariamente, se dispone de una red de almacenes locales (Valencia, Málaga, Sevilla, Las Palmas, A Coruña, Zaragoza, etc.) que aportan la capilaridad necesaria en la red para apoyar a los centros comerciales en el servicio de entrega de mercancía.

Durante el ejercicio 2014, se ha continuado con los procesos de recogida directa en nuestros proveedores para una integración inmediata entre las cadenas de suministro propia y ajena.

Un modelo similar se sigue para los productos importados: en los países de origen, los operadores logísticos globales con los que trabajamos consolidan la mercancía en sus almacenes, para luego optimizar la carga de los contenedores en los que se transporta toda la mercancía. Esta optimización del llenado de los contenedores permite importantes ahorros en el transporte marítimo y aéreo.

La consolidación en origen permite también reducir al mínimo el transporte nacional, 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.

Flujos logísticos internacionales

· Países de origen de compra: 31

· Puertos de embarque: 75

· TEU transportados (contenedores): 18.365

· m³ transportados: 553.060

· Ratio ocupación media de los contenedores: 81%

· Contenedores con consolidación previa de mercancía: 30%



Dimensión ambiental

Mantenemos una preocupación constante por el medio ambiente, lo que nos lleva a adoptar una actitud permanentemente activa en la racionalización del consumo de recursos y en la gestión de los residuos. Además, durante 2014 se ha intensificado la formación de nuestros empleados en materia de medio ambiente.

Materiales

En el ejercicio 2014, hemos avanzado en la incorporación de materiales más respetuosos con el entorno, dando un protagonismo especial a aquellos productos certificados con un origen sostenible y una gestión ambiental responsable, además de económicamente viable.

Como consecuencia de estas acciones, hemos incorporado distintos materiales con la certificación forestal FSC, lo que garantiza su procedencia de bosques gestionados de forma responsable y controlada a lo largo de la cadena de producción. Concretamente se han introducido productos con certificación FSC, en:

- Tiques de los terminales del punto de venta.
- Folletos y catálogos.
- Entradas de espectáculos.

Para el próximo ejercicio tenemos previsto incluir más materiales con esta certificación, como los tiques de aparcamiento, entre otros.

También continuamos trabajando con nuestros principales proveedores impresores y manipuladores para que certifiquen su actividad.

Por otra parte, como Grupo El Corte Inglés llevamos varios años adoptando medidas para ajustar nuestro consumo interno de materiales, minimizando los de un solo uso e introduciendo otros de carácter reutilizable o retornable siempre que las circunstancias lo permitan. En este sentido, hay que citar el creciente éxito que está teniendo la Bolsa UNE 15, que permite una utilización

mucho más prolongada. Este posicionamiento se traslada también a nuestros clientes a quienes intentamos concienciar en la utilización responsable de los recursos.

En el último ejercicio hemos reforzado nuestro programa de reducción de consumo de papel consiguiendo importantes avances respecto al año anterior. Esto es posible, entre otros factores, por la habilitación de herramientas que permiten la consulta de información a través de la pantalla, por lo que se prescinde de la impresión de un gran número de informes. Gracias a este proyecto, estamos consiguiendo importantes reducciones en consumo de papel.

Compromiso con los bosques

En el ejercicio 2014 se ha dado un importante impulso a la certificación FSC, habiéndose incorporado en el papel de tiques de los terminales punto de venta, folletos y catálogos y entradas de espectáculos.



Energía

Trabajamos de forma continua para aumentar la eficiencia energética de las instalaciones de nuestros centros comerciales. Durante el último ejercicio la mayor parte de las medidas adoptadas han estado relacionadas con dos capítulos concretos: la iluminación y el frío comercial.

Se ha conseguido dotar de puertas prácticamente al 100% del mobiliario de congelados.

Las medidas adoptadas han permitido una reducción del consumo eléctrico, medido en kWh/m², de un 2,6% en el último ejercicio, y un acumulado que supera ya el 32% tomando como base el año 2008.

En iluminación, seguimos trabajando en la sustitución de los tipos de alumbrado que tenemos en nuestros centros incorporando sistemas de alta eficiencia con tecnología LED, ya que aporta ventajas considerables con respecto a la tecnología convencional: menor consumo, mayor duración y una luz de mejor calidad.

En este sentido, se han aprovechado las reformas realizadas en los centros comerciales para incorporar los nuevos tipos de alumbrado. Esta práctica que se lleva realizando desde hace varios años, ha afectado principalmente a las divisiones de confección, complementos, deportes y zapatería. También se ha aplicado a la nueva imagen de las cafeterías-restaurantes y a los supermercados.

Todas estas medidas aplicadas representan unos ahorros del 50% respecto a la tecnología sustituida.

En frío comercial, durante el último ejercicio hemos llevado a cabo importantes medidas que han tenido una repercusión directa en el consumo energético:

- Hemos revisado cada uno de nuestros supermercados en orden a optimizar la utilización de las cámaras, evitando el sobredimensionamiento de las mismas y adaptándolas a las necesidades de productos.
- Hemos conseguido dotar de puertas prácticamente al 100% del mobiliario de congelados.
- En mobiliario de refrigerados, hemos continuado con la implantación progresiva de puertas, y en las últimas reformas integrales el 90% de los metros lineales de venta en autoservicio ya las llevan incorporadas. Además, se ha sustituido toda la iluminación de fluorescencia del interior de los muebles por luminarias de tecnología LED.
- Trabajamos de forma activa junto a nuestros proveedores en la búsqueda de alternativas a los refrigerantes (HFC), incrementándose el uso de refrigerantes con menor Potencial de Calentamiento Atmosférico (PCA).

Agua

En el marco del Plan de Gestión Sostenible del Agua que mantiene el Grupo El Corte Inglés, hemos continuado trabajando en todas y cada una de las medidas que suponen un ahorro de consumo de agua y una mejora en la calidad de los vertidos.

Entre las medidas de gestión con incidencia en el ahorro de consumo de agua, hay que destacar:

- Sustitución de algunas torres de refrigeración por agua por otras cuyo funcionamiento es a través de aire.
- Dotación de elementos eficientes en instalaciones, tales como fluxores y grifos temporizados en aseos, cocinas y obradores.
- Cambio de equipos de filtración de agua por nueva tecnología que requiere un menor consumo.

Entre las medidas para mejorar la calidad de los vertidos, hemos optado por dotar a nuestras

En el último ejercicio se ha logrado una reducción en el consumo de agua de un 4% medido en m³/m² y de más de un 22% acumulado en el periodo 2009-2014.

instalaciones de un sistema ecológico de fermentación microbiana para el tratamiento de aguas residuales, que aporta, entre otras, las siguientes ventajas:

- Cumplimiento de la concentración de grasa en el vertido.
- Reducción de olores generados.
- Reducción de los parámetros de vertido.

Estas medidas, unidas al mantenimiento preventivo de los equipos (control de consumos de agua caliente sanitaria, refrigeración, calefacción y climatización...) y a la formación continua de nuestro personal contribuyen a la reducción en el consumo de agua, objetivo cada año más difícil de conseguir al haberse adoptado ya las medidas más importantes.

En el último ejercicio se ha logrado una reducción en el consumo de agua de un 4% medido en m³/m² y de más de un 22% acumulado en el periodo 2009-2014.

Emisiones

La elevada correlación entre consumo eléctrico y emisiones en nuestro Grupo de empresas (aproximadamente un 77% del total), motivan que las principales acciones de control de emisiones se centren en este aspecto. Por ello, incidimos de forma permanente en la reducción del consumo eléctrico empleando las mejores técnicas disponibles, tanto en nuevas implantaciones como en modificación de instalaciones existentes. También se trabaja en la concienciación, normalización y medición de consumos, para mejorar el control energético.

Otro aspecto relevante es el aumento del porcentaje de adquisición de energía eléctrica certificada procedente de fuentes renovables. Se ha ampliado este porcentaje del 16% del total en el año 2013, a casi un 27% en 2014.

Otras acciones se centran en mejoras en los procesos logísticos o en el funcionamiento de las instalaciones.

Durante el periodo 2008-2014, la emisión acumulada del Grupo El Corte Inglés se ha reducido más de un 38% en términos absolutos.

En el último año, el cómputo global de emisiones es muy inferior al del pasado año, debido a las buenas prácticas respecto al consumo energético, mejoras tecnológicas de las instalaciones, así como a la disminución del coeficiente de emisión de las empresas suministradoras de energía. El ahorro global de emisiones supera las 45.000 Tm CO₂ eq. (más de un 10% respecto al año anterior).

Residuos

La segregación en origen de los residuos y la mejora continua de los sistemas de gestión, permiten convertir los residuos en recursos, contribuyendo así a la economía circular, pilar de la estrategia Europa 2020.

Las tendencias de la generación de residuos en la organización no han experimentado cambios significativos.

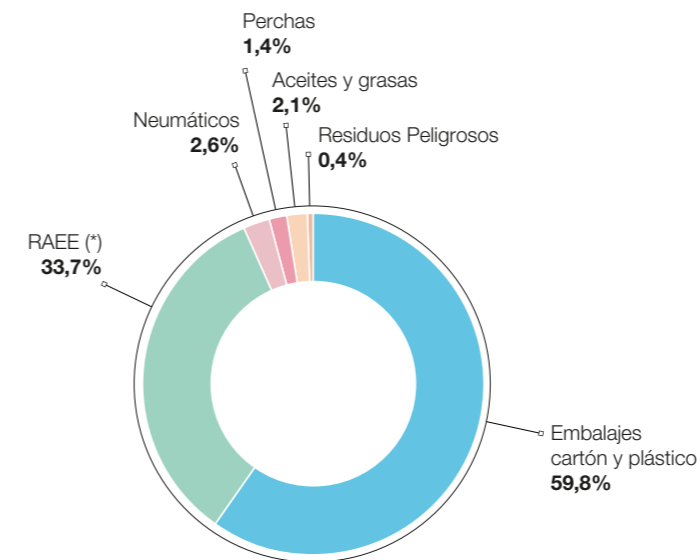
Hemos generado más de 30 millones de kilos de cartón, cerrando estrechamente el ciclo de este residuo que se convierte en materia prima de envases de cartón utilizados de nuevo por la compañía.

Respecto a RAEE (residuos de aparatos eléctricos y electrónicos), se han manipulado más de 17 millones de kilogramos de electrodomésticos procedentes de clientes. En este ámbito, para poder introducir mejoras en la gestión, hemos iniciado un proyecto piloto con el Sistema Integrado de Gestión Ecotic basado en el uso de herramientas tecnológicas que permitan hacer un seguimiento de forma unitaria de los grandes aparatos eléctricos desde su generación hasta la planta de tratamiento. En el campo de los pequeños aparatos eléctricos se están desarrollando nuevos contenedores para su recogida en las tiendas, con el único objetivo de impulsar la recepción y posterior reciclaje de los residuos procedentes de nuestros clientes.

Economía circular

Durante 2014 El Corte Inglés ha generado más de 30 millones de kilos de cartón, cerrándose el ciclo de este residuo al convertirse en materia prima de los envases de cartón utilizados de nuevo por la compañía.

Residuos generados 2014



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

Iniciativas ambientales

Continuamos participando en los distintos Planes Renove organizados por las administraciones autonómicas, tanto en aquellos en los que ya veníamos colaborando (electrodomésticos, aire acondicionado, ventanas...), como en otros planes de reciente aplicación (iluminación de emergencia, bicicletas eléctricas...), o en algunos creados ad hoc (por ejemplo, mochilas).

Además, durante el último ejercicio, se han sentado las bases para la firma de un acuerdo para la prevención de residuos entre la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del territorio de la Comunidad de Madrid y la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED), en el marco del Pacto de la Empresa Madrileña por el Medio Ambiente (PEMMA) suscrito entre la Comunidad de Madrid, CEIM y la Cámara de Comercio de Madrid.

Dimensión social

Nuestro equipo

Nuestro Grupo está formado por un gran equipo de compradores, vendedores y profesionales de distintas especialidades. La plantilla se adapta a las necesidades de unos mercados cada vez más exigentes y dinámicos, donde las empresas deben tener un alto grado de flexibilidad.

Por ello, nuestros profesionales aportan, entre otras competencias, adaptación al cambio, eficiencia y una orientación permanente al cliente. En esta línea, se enmarcan los diversos proyectos de reorganización que nuestro Grupo lleva acometiendo desde hace varios ejercicios.

Distribución de empleados por empresas

Al cierre del ejercicio nuestro equipo está formado por un total de 91.437 personas, distribuidas entre todas las empresas del Grupo. Del total de la plantilla, un 5,4% trabajan fuera de España.

El número medio de empleados del Grupo, calculados a jornada completa, se ha situado en 80.875.

Es de señalar que, en las cifras de plantilla indicadas anteriormente, no se integra, por primera vez, la plantilla de las empresas participadas (Gespevesa, Sephora, FST Hotels, Citorel y Financiera El Corte Inglés), de acuerdo a los nuevos criterios aplicados de consolidación contable.

Durante el ejercicio 2014 se han producido más de 2.400 movimientos de personas entre empresas del Grupo, demostrando capacidad de adaptación a la evolución de nuestras diferentes actividades. Esta movilidad, al igual que el año anterior, corresponde, principalmente, a traspasos de Opencor a Supercor (por la transformación de establecimientos), y de El Corte Inglés a Bricor (por la apertura de espacios de bricolaje en centros de El Corte Inglés). También se han originado movimientos de Hipercor a El Corte Inglés, y viceversa.

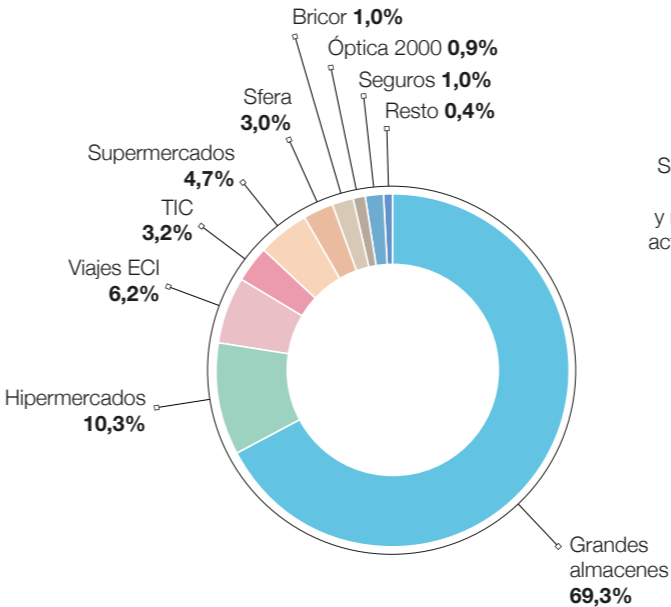
La distribución de nuestro personal por empresas se muestra en los gráficos de la página siguiente.

Principales cifras:

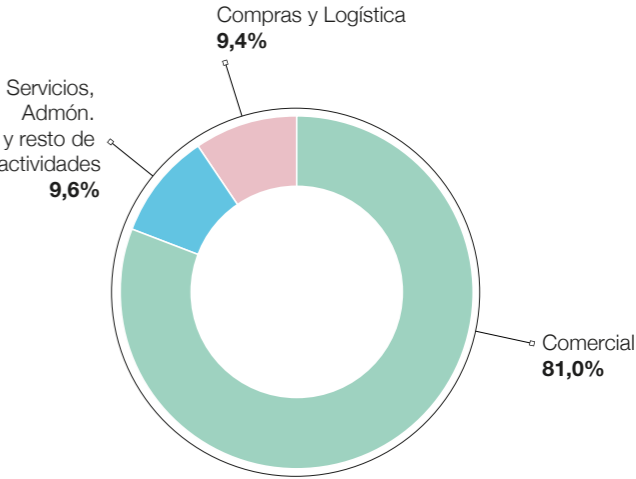
- Empleo total al cierre del ejercicio: 91.437 personas (*)
 - 63% son mujeres y el 37% hombres
 - 92% tienen contrato fijo
 - 68% trabajan a jornada completa
- Plantilla media a jornada completa: 80.875 personas (*)
- 412.058 horas de formación
- 13.725 cursos presenciales, con una media de 11 alumnos y de 8,8 horas por curso
- 456 personas fueron promocionadas a puestos de mayor responsabilidad

(*): En este ejercicio, debido a los nuevos criterios de consolidación contable no se integra en esta cifra la plantilla de las empresas participadas.

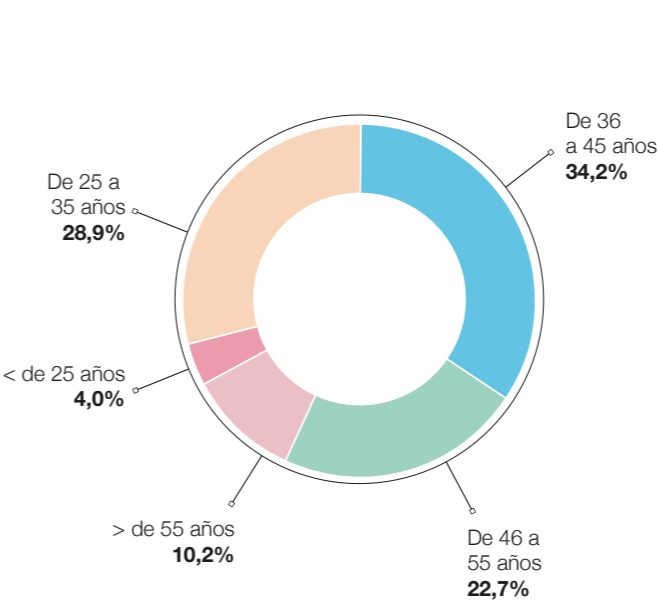
Distribución del personal por líneas de negocio



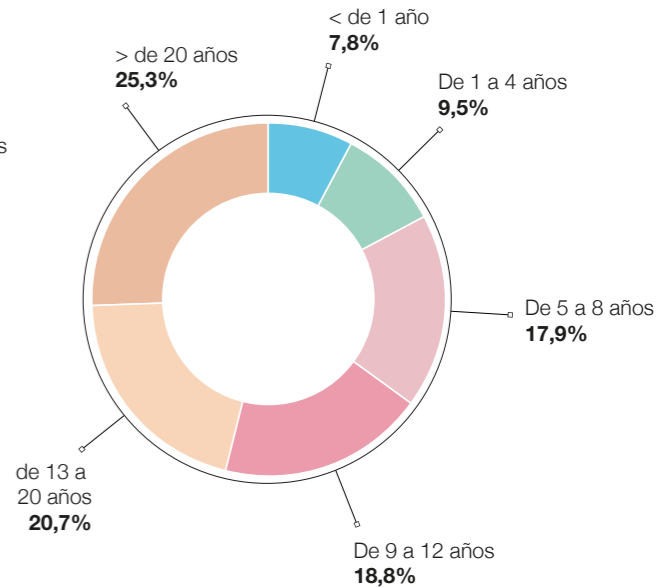
Distribución del personal por grupos de actividad



Distribución del personal por intervalos de edad



Distribución del personal por intervalos de antigüedad



Negociación colectiva

Durante el ejercicio 2014 se han desarrollado en diferentes empresas del Grupo encuadradas en la patronal ANGED (Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución) los correspondientes procesos para la elección de los órganos de representación de los trabajadores (comités de empresa y delegados de personal).

El proceso electoral llevado a cabo en la mayoría de los centros de trabajo de dichas empresas concluyó con la elección/renovación de 180 órganos de representación de los trabajadores, destacando el alto porcentaje de participación que superó el 84%. Esto ha supuesto un total de 1.882 representantes elegidos en dichos ámbitos.

Por otra parte, en el mes de abril de 2014 se suscribió un nuevo acuerdo del Sistema de Incentivos sobre Venta en las empresas de El Corte Inglés e Hipercor. Gracias a estos acuerdos, que obtuvieron un amplio consenso social, los incentivos que perciben los trabajadores regulados por dicho sistema se han incrementado en casi un 14% durante el primer año de vigencia.



La relación entre la empresa y sus empleados

El trabajo en equipo y el estímulo del talento constituyen la base de la relación entre la empresa y sus empleados. En esta línea, más de 450 personas fueron promocionadas a puestos de mayor responsabilidad durante el ejercicio, según se refleja a continuación:

Empresa	Personas
El Corte Inglés	321
Hipercor	33
Informática El Corte Inglés, Investrónica y Telecor	24
Viajes El Corte Inglés	21
Otras empresas del Grupo	57
TOTAL	456

Otra forma de vinculación de la empresa con su equipo humano es la entrega anual de emblemas a los 25 y 15 años de servicio, premiando la fidelidad y constancia. Más de 4.900 personas tuvieron este reconocimiento, con el siguiente desglose:

Empresa	Personas	
	25 años	15 años
El Corte Inglés	2.030	1.626
Hipercor	310	280
Informática El Corte Inglés, Investrónica y Telecor	61	200
Viajes El Corte Inglés	53	167
Otras empresas del Grupo	111	104
TOTAL	2.565	2.377

Salud y seguridad laboral

La salud y seguridad laboral forman parte de los compromisos que la empresa mantiene con sus empleados. Por ello, los servicios sanitarios de El Corte Inglés realizan numerosas acciones dirigidas al cuidado y salud de las personas que integran el Grupo, algunas en colaboración con instituciones sanitarias públicas y privadas.

Durante el ejercicio 2014, podemos destacar las siguientes campañas e iniciativas:

- Formación en centros comerciales de primeros auxilios y reanimación cardiopulmonar.
- Prevención de cáncer de mama y del cáncer de próstata (medición del PSA).
- Prevención de riesgo cardiovascular (tensión arterial, colesterol) así como de prevención del hipotiroidismo.
- Promoción del ejercicio físico, antitabaquismo y hábitos alimenticios saludables, así como diversas acciones de donación de sangre.
- Vacunación de la gripe estacional, con más de 5.600 vacunas administradas.

En cuanto al Servicio de Prevención de Riesgos Laborales, hay que destacar la auditoría reglamentaria del sistema de prevención en las empresas integrantes del Servicio de Prevención Mancomunado que se ha realizado durante el ejercicio 2014. Durante todo el proceso se contó con la participación de un elevado número de personas, entre entrevistados y participantes directos, lo que permitió integrar el concepto de prevención en todos los ámbitos de la empresa.

La formación es un elemento clave en nuestra estrategia de recursos humanos, ya que la preparación de nuestros profesionales nos otorga un valor diferencial como empresa.

Para llevar a cabo esta auditoría, así como las correspondientes visitas de campo, se auditaron 76 centros de la organización, entre los cuales estaban los más representativos y los más antiguos. Los resultados del proceso en sus dos fases (documental y de campo) fueron favorables.

Por tanto, las conclusiones de la auditoría reglamentaria en nuestra empresa refuerzan el compromiso, compartido con los trabajadores, para continuar invirtiendo en la mejora de las condiciones de trabajo y el bienestar de todos, lo cual redundará también en la calidad y servicio prestado a nuestros clientes.

Formación

La formación es un elemento clave en nuestra estrategia de recursos humanos, ya que la preparación de nuestros profesionales nos otorga un valor diferencial como empresa. Por ello, desarrollamos 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 del personal, con el objetivo de conocer las novedades comerciales y de producto, aprender los nuevos procesos administrativos y de gestión implantados, ampliar y extender el nivel de idiomas y, en general, mejorar las habilidades para el desempeño de las diferentes tareas y responsabilidades.

También hay que destacar las acciones de formación presenciales dirigidas expresamente a 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 actividad. La apertura de tiendas Bricor en centros comerciales El Corte Inglés es una muestra de ello.

Asimismo, prestamos especial atención a la formación de aquellas personas que están relacionadas con algún tipo de procedimiento regulado por ley, como ocurre en las áreas de prevención y seguridad laboral, seguridad e higiene alimentaria, manipulación de gases fluorados, etc.

Durante el ejercicio 2014 también se han desarrollado programas específicos para el personal directivo, con el fin de mejorar las habilidades de mando, así como el liderazgo y dirección de equipos de venta.

Igualmente hemos realizado un importante esfuerzo de comunicación para trasladar a nuestros empleados tanto las nuevas estrategias comerciales que se están implantando en las diferentes áreas, como los efectos y mejoras que supone la nueva política retributiva que se ha puesto en marcha durante el ejercicio.



Contenidos	Acciones formativas	Horas	Alumnos
Formación presencial			
Mandos	409	9.293	3.610
Producto, oficios y prevención de riesgos laborales	5.953	42.581	54.859
Comercial y marketing	1.553	24.929	18.073
Procesos administrativos de venta, gestión e informática	2.310	15.891	24.297
Otros	3.500	28.701	49.438
Total formación presencial	13.725	121.395	150.277
Formación online	-	290.663	311.843
TOTAL	13.725	412.058	462.120

Duración media en horas de los cursos (formación presencial)	8,8
Nº medio de alumnos por curso (formación presencial)	10,9

Como complemento a los cursos presenciales, la plataforma de formación *online* permite realizar en muy poco tiempo una formación individualizada y normalizada, dirigida a colectivos muy numerosos. Por ello en 2014 se ha utilizado esta metodología para diseñar más de 80 nuevos cursos y módulos interactivos de diversas temáticas con el fin de trasladar a los profesionales de la venta las novedades puestas en marcha a lo largo del ejercicio (tendencias de moda y complementos tanto en la campaña primavera-verano como en la de otoño-invierno, la Vuelta al cole, juguetes, la tarjeta anticipo de Navidad, etc.).

A ello hay que añadir la formación voluntaria para empleados que se canaliza a través del Centro de Estudios Universitarios Ramón Areces (CEURA). Durante el ejercicio 2014, un total de 625 personas han cursado diversos estudios, según refleja el siguiente cuadro:

Materias	Diplomaturas	Licenciaturas	Grados (nuevo plan)	TOTAL
Derecho	-	5	143	148
Economía / Admón. y Dirección de Empresas	1	3	231	235
Ingeniería Informática	-	-	52	52
Turismo	-	-	41	41
Subtotal	1	8	467	476
Acceso a la Universidad	-	-	-	82
Máster	-	-	-	27
Post Grado	-	-	-	40
TOTAL	1	8	467	625

Como complemento a los cursos presenciales, la plataforma de formación *online* permite realizar en muy poco tiempo una formación individualizada y normalizada, dirigida a colectivos muy numerosos.

Plan de igualdad

Durante el ejercicio 2014 se constituyó una nueva mesa de negociación para renovar el Plan de Igualdad de El Corte Inglés. Como resultado de ello, en mayo de 2015 se ha renovado por unanimidad con todos los representantes de las organizaciones sindicales CCOO, Fasga, Fetico y UGT un nuevo Plan de Igualdad que estará vigente hasta el 31 de diciembre de 2020.

Uno de los compromisos que ha asumido la empresa es que a dicha fecha, al menos el 50% de los nuevos puestos de responsabilidad creados sean ocupados por mujeres. Otra de las medidas pioneras es la creación de un apartado específico sobre violencia de género que mejora las condiciones y permisos establecidos para las personas afectadas.

El nuevo Plan de Igualdad se compromete también a la búsqueda de fórmulas que permitan a sus mandos mejorar la distribución del tiempo, lo que redundará en una mejora de la conciliación de la vida personal, familiar y laboral.

Asimismo, el acuerdo establece nuevos permisos que mejoran los existentes y garantiza que los sistemas retributivos están basados en los principios de transparencia y objetividad. Todo ello se complementa con acciones de formación en igualdad para toda la plantilla.

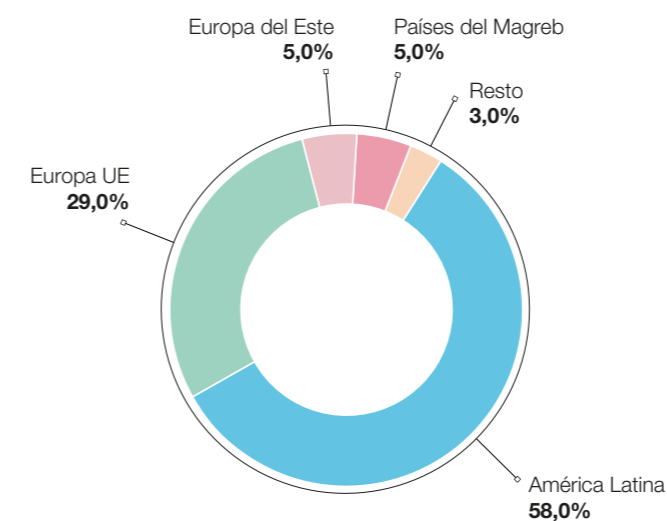
El nuevo Plan se enmarca dentro de la política del Grupo de fomentar la igualdad entre mujeres y hombres y refuerza los acuerdos anteriores. En 2008, El Corte Inglés fue pionero con la firma de su Plan de Igualdad que contó también con el apoyo unánime de todos los sindicatos. A este primer plan se sumaron en 2009 los de Informática El Corte Inglés y Viajes El Corte Inglés.

Integración, diversidad e igualdad de oportunidades

Creemos en la integración laboral y la igualdad de oportunidades, y por ello promovemos acciones orientadas a conseguir la incorporación de personas con discapacidad en el mundo laboral. Además de nuestra plantilla directa, colaboramos con cerca de 60 Centros Especiales de Empleo para la contratación de servicios y compra de productos elaborados en dichos centros.

También creemos que la diversidad es un valor que nos enriquece como empresa y como sociedad. Prueba de ello son las más de 3.850 personas de nacionalidad no española que trabajan en nuestros centros en España, lo que supone un 4,1% sobre el total de nuestro equipo humano. En el siguiente gráfico, se observa el predominio del colectivo hispano-parlante.

Distribución del personal extranjero por país de procedencia



Beneficios sociales

Entre los beneficios sociales que proporcionamos a nuestro personal destacan aquellos relacionados con el estudio, especialmente los destinados a los hijos de los empleados que realizan cursos de formación profesional, bachillerato o universitarios. En este sentido, la Comisión Mixta de las Fundaciones César Rodríguez y Ramón Areces ha concedido durante el ejercicio un total de 3.145 ayudas por valor de 2,79 millones de euros.

También hay que destacar el seguro de vida colectivo que atiende indemnizaciones por fallecimiento e invalidez permanente absoluta.

La comunidad y el entorno

Somos una empresa integrada en la sociedad que mantiene una relación de cercanía y compromiso con el entorno, compartiendo las inquietudes de los ciudadanos y conociendo sus deseos y preocupaciones con el fin de contribuir a satisfacer sus necesidades. Formamos parte del tejido empresarial y social que nos rodea, lo que nos lleva a participar en numerosas actividades de carácter cultural, educativo, deportivo, lúdico, medioambiental y social.

Además de sentirnos vinculados a las personas y la tierra en la que están ubicados nuestros centros comerciales, mantenemos una estrecha relación con numerosos 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

Mantenemos una participación activa en numerosas instituciones tanto públicas como privadas, en distintas organizaciones empresariales y patronales sectoriales, así como en asociaciones regionales y locales.

Formamos parte del Consejo Estatal de Responsabilidad Social Empresarial donde colaboramos en aquellos trabajos que se están llevando a cabo; estamos implicados en el desarrollo del Plan Nacional de Empresas y Derechos Humanos que el Gobierno puso en marcha en 2013; tenemos una participación activa en la Comisión de Responsabilidad Social de la CEOE y de la CEIM-Cámara de Comercio de Madrid, y en la Red Española del Pacto Mundial. También estamos presentes en el Comité de RSE de la AECE (Asociación Española de Consultores de Empresa) y en el Comité de Dirección de BSCI.

Desde todas estas plataformas trabajamos para fomentar la protección de los derechos humanos fundamentales, apoyando 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 incumplimiento de derechos.

Por otra parte, 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.

Lugar de encuentro de cultura y ocio

Nuestros centros comerciales son también lugar de encuentro para la cultura o el ocio, con presentaciones de libros, conferencias, cursos de edición o filosofía, conciertos, exposiciones y otras manifestaciones artísticas, además de numerosas actividades organizadas para los niños, firmas de discos, degustaciones gastronómicas o concursos de diversa índole. 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. 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 Juan Eslava Galán.

Los más pequeños cuentan con el programa Pitiflú, específico de actividades infantiles, que realiza anualmente unas 4.000 animaciones y espectáculos en todos los centros de El Corte Inglés. Aunque comenzaron hace 10 años como un mero entretenimiento para niños de entre 3 y 6 años, Pitiflú ha ido evolucionando para incorporar actividades culturales y educativas a las puramente lúdicas. A través de talleres de robótica, escultura, laboratorio de pintura, cocina, escuela de baile, maquillaje creativo, etc., se ha conseguido también dar respuesta a la demanda de animaciones para niños de 6 a 10 años.



Nuestra relación con la sociedad

Nuestra vocación de cercanía y vinculación con la sociedad nos lleva a apoyar numerosas actividades locales, regionales, nacionales e internacionales, que permiten desarrollar programas e iniciativas de carácter social, cultural, educativo y deportivo. Además de colaborar con grandes organizaciones como Banco de Alimentos, UNICEF o la Asociación Española contra el Cáncer, entre otras, también apoyamos a pequeñas asociaciones que trabajan en favor de los más necesitados.

Con UNICEF mantenemos una relación de colaboración permanente, tanto a través de los productos de la ONG que vendemos en nuestros centros, como con la campaña Juguetes Solidarios por la que, además de



ofrecer en Navidad precios muy rebajados, se dona una cantidad del importe recaudado para proyectos por la infancia. A ello hay que añadir las acciones puntuales que realizamos en situaciones de emergencia donde también implicamos a nuestros empleados y clientes, incrementando así el importe destinado a UNICEF para ayudar a los damnificados por catástrofes naturales.

Apoyo al emprendimiento

El Corte Inglés apoya a pymes y emprendedores como parte de su estrategia de responsabilidad social hacia el entorno, pero también como parte de su estrategia comercial, ya que supone un elemento diferenciador.

Entre las numerosas iniciativas de apoyo al emprendimiento en las que participamos, hay que destacar el proyecto *Start Up Madrid_10*, desarrollado por el Foro de Empresas por Madrid con el objetivo de poner en funcionamiento un mecanismo de colaboración público-privada para generar e impulsar proyectos emprendedores en Madrid. Los criterios de selección que se tienen en cuenta son la creatividad e innovación, el equipo emprendedor y el plan de empresa.

También participamos en el proyecto *Sport&Trops* en colaboración con la Asociación de Deportistas, Consejo Superior de Deportes, y Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, con el fin de ayudar a los deportistas profesionales a buscar una nueva salida al finalizar su carrera deportiva. Dentro del programa se incluye un recorrido por colegios de

toda la geografía española para ayudar a formar a niños de 8 a 10 años en valores como el trabajo en equipo, el compañerismo, los hábitos de vida saludables, la dedicación, el esfuerzo y el afán de superación para conseguir sus objetivos en la vida.

Otra de las iniciativas en las que participa El Corte Inglés es la Corporación Empresarial de Extremadura, que se constituyó en 1992 con el objetivo de impulsar el desarrollo económico y social de Extremadura, facilitando el apoyo financiero a nuevos proyectos de inversión que generasen tejido industrial en la región. Es la primera sociedad de capital riesgo de ámbito mayoritariamente privado en Extremadura con un total de 16 pymes participadas en las que se incluyen sociedades agrícolas, agroalimentarias, industriales, dedicadas a la salud, de contenidos audiovisuales, energías renovables, etc. En conjunto han creado unos 2.900 empleos directos.

Asimismo, en 2014 hemos patrocinado los IX Premios Concilia a Emprendedores de la Fundación Mashumano y hemos colaborado con Fundetec para apoyar el desarrollo tecnológico de las pymes.

Durante 2014 hemos donado más de 2.200 toneladas de alimentos para personas necesitadas, ya sea a través de los Bancos de Alimentos como de otro tipo de organizaciones, cuyo fin es proporcionar productos de primera necesidad a personas en dificultades. Esto ha sido posible gracias a las donaciones realizadas por la propia empresa y a las aportaciones tanto de clientes como de empleados en los diferentes centros de El Corte Inglés, Hipercor, Supercor y Supercor Exprés. El Corte Inglés dona de forma permanente alimentos básicos y de consumo habitual, a los que hay que añadir todas las recogidas y “operaciones kilo” que se organizan en las distintas enseñas del Grupo. Bancos de Alimentos, Cáritas, Cruz Roja, UNICEF, Bomberos Ayudan, Comedor de los Pobres y Fundación Red Madre han sido algunas de las organizaciones beneficiarias de esta cuantiosa donación que ha permitido mejorar la vida de personas en dificultades.

Otra de las grandes alianzas que mantenemos es con la AECC (Asociación Española Contra el Cáncer), a quien apoyamos de forma constante a través de las diversas carreras, torneos de golf, competiciones deportivas y desfiles de moda que se organizan en diferentes ciudades españolas, con el objetivo de recaudar fondos y dar a conocer los fines de la asociación. En 2014, además, hemos impulsado de forma especial la gran carrera que se celebra en Madrid contra el cáncer de mama con el objetivo de recaudar fondos para la lucha contra la enfermedad. Las fachadas de nuestros centros más emblemáticos se iluminaron de rosa y El Corte Inglés e Hipercor ofrecieron presentes a sus clientes. También se unieron algunas de las firmas más prestigiosas de moda, lencería y corsetería, complementos, cosmética y juguetes donando parte de lo recaudado a la lucha contra el cáncer.

Nuestras líneas de actuación

Acción social

Somos sensibles a las necesidades de las personas, sobre todo en momentos de especial dificultad. Por eso canalizamos nuestras ayudas y colaboraciones a través de diferentes ONG e instituciones, como Cáritas, Cruz Roja o Aldeas Infantiles. Asimismo, mantenemos una especial sensibilidad hacia las personas que tienen algún tipo de discapacidad, por lo que impulsamos las actividades de organizaciones como la Fundación También (deporte para discapacitados), Fundación Bobath (daño cerebral) o la Fundación MasNatur (respiro familiar para personas con discapacidad). Por otra parte, colaboramos con la Fundación Centac para el desarrollo de ayudas tecnológicas para la discapacidad.

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, etc. En el ejercicio 2014 también hemos desarrollado una acción conjunta con Médicos sin Fronteras dentro de la campaña Stop Ébola cuyo objetivo era recaudar fondos para atajar la enfermedad. A la aportación realizada por la empresa se sumó la de empleados y clientes.

Cultura

Desde nuestros orígenes hemos fomentado la cultura a través de iniciativas relacionadas con la literatura, el teatro, la música, el arte, el cine, la fotografía o la historia. Por ello, además de las numerosas actividades que se desarrollan en nuestros centros comerciales, colaboramos con instituciones como el Museo del Prado, el Museo de Bellas Artes de Bilbao, el Auditorio y Palacio de Congresos Baluarte de Pamplona, el Museo Baluard 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'Esport Joan Antoni Samaranch, entre otros.



Esquí adaptado para discapacitados.

Educación

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. En 2014 patrocinamos también el Congreso de Liderazgo Femenino y Gestión del Talento.

Deporte

Creemos que el deporte promueve el trabajo en equipo, la convivencia entre las personas, y 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 o los torneos de paddle solidarios.

Acciones de voluntariado

El Grupo de Empresas El Corte Inglés (GECI) es una asociación voluntaria que tiene como objetivo fomentar una relación abierta entre todos los empleados. Con 12.685 socios y más de 51.200 beneficiarios, promueve durante todo el año la participación de las familias en actividades lúdicas como campamentos juveniles, promoción del deporte o viajes nacionales e internacionales. En todas las actividades han participado más de 70.100 personas.

La implicación con causas humanitarias es prioritaria para la asociación que destina una parte de la cuota de los socios para estas actuaciones, realizando aportaciones económicas directas.

Con Caritas Española, participa en un proyecto de “Promoción de Agricultura Sostenible en Mozambique” para familias en situación de pobreza extrema, incidiendo en la alimentación infantil, en las comunidades de Maputo e Inhambane.

También colabora con diferentes organizaciones sociales en la recogida de alimentos; así como en el suministro de comidas a comedores sociales para ayuda a colectivos en riesgo de exclusión. Igualmente colabora en recogidas de juguetes para donación a diversas Asociaciones.



Proyecto de agricultura sostenible en Mozambique.

Solidaridad en común

La solidaridad de nuestros empleados ha quedado patente en las distintas campañas puestas en marcha por la compañía. Con motivo del Día Mundial de las Enfermedades Raras, el 28 de febrero, El Corte Inglés apoyó una iniciativa de la Federación Española de Enfermedades Raras (Feder) en redes sociales por la que cada participante se hacía una foto con una raya verde pintada bajo el ojo para luego subirla a los perfiles de Twitter, Facebook o Instagram. El Grupo El Corte Inglés decidió adherirse a esta campaña y movilizó a sus empleados, a través de sus canales internos (intranet, portal corporativo, etc.), para que apoyasen esta causa bajo el hashtag #hazlasvisiblesECI. Gracias a la solidaridad de todos ellos se consiguió sensibilizar casi a 6 millones de personas.

Otra de las acciones que se desarrollaron durante 2014 fue con motivo del Día Internacional contra la Violencia de Género. Unos 50.000 empleados de El Corte Inglés pusieron cara al compromiso de la empresa con esta causa, luciendo durante todo el día chapas con el lema “Hay salida a la violencia de género”. Con esta iniciativa, la empresa y sus empleados manifestaban su sensibilidad y apoyo a las personas que han sido víctimas de la violencia de género. El Grupo El Corte Inglés mantiene una política de colaboración en esta materia tanto con instituciones públicas como privadas.

Fundación Ramón Areces

La Fundación Ramón Areces está orientada desde su constitución en 1976, por D. Ramón Areces Rodríguez, al fomento de la investigación científica y técnica, a la educación, y a la difusión del conocimiento y la cultura en general. Desarrolla su actividad en todo el territorio nacional en los ámbitos de las Ciencias de la Vida y de la Materia, las Ciencias Sociales y las Humanidades, y concede ayudas y becas para apoyar sus fines fundacionales.

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

Con el objetivo de contribuir a consolidar una sólida estructura científica y tecnológica en nuestro país y prestar apoyo a los jóvenes investigadores la Fundación convoca Concursos Nacionales de Ayudas a la Investigación en los ámbitos de las Ciencias de la Vida y de la Materia, y de las Ciencias Sociales. En Ciencias de la Vida los proyectos aprobados en 2014 se referían a enfermedades raras o poco frecuentes, cáncer, seguridad alimentaria, energías renovables, materiales superconductores de alta temperatura, exosomas e interactoma. En Ciencias Sociales las investigaciones abordan políticas de empleo, de salud, de incentivos a la innovación, políticas educativas, así como materias relativas a la Historia Económica y a la Distribución Comercial. En 2014 estaban en curso un total de 128 proyectos en los que trabajaban 643 investigadores españoles.

Una de las prioridades de la institución es la formación del capital humano, ofreciendo nuevas oportunidades a jóvenes licenciados y doctores. Esta línea de actuación se articula mediante un programa propio de Becas en el Extranjero y el apoyo a programas de becas de otras instituciones. La Fundación contaba, en 2014, con 64 becarios de postgrado y posdoctorales en los más destacados centros de investigación y universidades del mundo, principalmente de Europa y Estados Unidos.

La Fundación contaba, en 2014, con 64 becarios de postgrado y posdoctorales en los más destacados centros de investigación y universidades del mundo, principalmente de Europa y Estados Unidos.



El cardiólogo Valentín Fuster durante su conferencia en el ciclo sobre Envejecimiento, Sociedad y Salud.



Los alumnos del Curso de Experto en Distribución Comercial que hicieron prácticas en El Corte Inglés, junto a miembros del patronato y la dirección de la Fundación Ramón Areces y de la empresa.

Asimismo, se financiaron becas del Programa de Postgrado en Biociencias Moleculares de la Universidad Autónoma de Madrid; de la Comisión Fulbright de Ampliación de Estudios en Estados Unidos de forma conjunta con El Corte Inglés; 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.

En su sexto año de funcionamiento la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial se ha consolidado como un referente académico de calidad. La Cátedra imparte el Curso de Experto que se enmarca en la categoría de Títulos Propios correspondiente a la oferta formativa de Postgrado realizada por la Universidad de Oviedo. En el ámbito de la investigación, la Cátedra edita una Colección de Documentos de Trabajo con la que trata de fomentar una investigación básica pero a la vez aplicada y comprometida con la realidad económica española e internacional en el campo de la Distribución Comercial y del Marketing.

En 2014 la Fundación Ramón Areces organizó 82 actividades propias entre conferencias, seminarios, clases magistrales, congresos, etc.

En cuanto a la difusión del conocimiento, en 2014 la Fundación Ramón Areces organizó 82 actividades propias (conferencias, seminarios, clases magistrales, congresos, etc.) en las que se abordaron temas transversales como el envejecimiento, la educación financiera, la transición energética en Europa y el cambio climático; la aplicación del Big Data a la gestión empresarial; las políticas de innovación; las vacunas preventivas contra la tuberculosis; enfermedades poco frecuentes; Diabetes mellitus tipo 2 o las nuevas tecnologías en medicina. Participaron como ponentes 475 expertos (245 nacionales y 230 extranjeros) y se contabilizaron 13.530 asistentes.

En el marco de la promoción de la Ciencia Española, por segundo año consecutivo, la Fundación ha ampliado su colaboración con las Comunidades de Científicos Españoles en el exterior. La institución presta su apoyo logístico y económico a las comunidades de Reino Unido (CERU); República Federal de Alemania (CERFA) y Estados Unidos (ECUSA).

Además de los programas propios, la Fundación mantiene colaboraciones con prestigiosas universidades, instituciones científicas y culturales, tanto nacionales como extranjeras. En 2014 se firmaron acuerdos de colaboración con la Universidad de Harvard y el Massachusetts Institute of Technology (MIT) y se incorporó al Consejo de Fundaciones por la Ciencia impulsado por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología.

