

INFORME DE ACTIVIDAD **2015**
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL



INFORME DE ACTIVIDAD
2015

**RESPONSABILIDAD
SOCIAL
EMPRESARIAL**

El Corte Inglés



Informe de actividad de El Corte Inglés y su grupo empresarial

Responsabilidad Social Empresarial

Dimensión comercial	6
Nuestro modelo de negocio	6
Nuestros clientes	6
Nuestros productos y servicios	9
Nuestros proveedores	15
Dimensión ambiental	18
Materiales	18
Energía	19
Agua	20
Emisiones	20
Residuos	20
Dimensión social	24
Nuestro equipo	24
La comunidad y el entorno	32

Nuestro modelo empresarial está basado en una serie de principios éticos y responsables hacia el cliente, los empleados, los proveedores, la sociedad y el medio ambiente. Sobre estos pilares, hemos desarrollado una política de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) integrada en nuestra propia estrategia de gestión y que forma parte de la actividad diaria del negocio.

Creemos que la RSE debe implicar a toda la organización en su conjunto, y por ello 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 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 empresa.

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.

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, 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.

RESPECTO 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

Mantenemos un modelo de negocio basado en la innovación, en la adaptación constante a las nuevas tendencias de la sociedad, en la amplitud de surtido, la especialización, la calidad, la atención personalizada, la diferenciación, el servicio y la buena relación calidad-precio. Desde hace 75 años, somos pioneros en numerosos ámbitos de actuación, impulsamos cambios, creamos conceptos novedosos y nos situamos a la vanguardia del comercio de calidad.

Con el gran almacén como punto de partida, El Corte Inglés ha creado un Grupo empresarial compuesto por un amplio abanico de propuestas comerciales y de servicios que incluyen hipermercados, supermercados, centros de bricolaje, ópticas, agencias de viaje, seguros, informática, etc. Todos ellos tienen un mismo denominador común: la búsqueda de la excelencia, la satisfacción del cliente y la garantía que ofrecemos en todas las compras y servicios.

De igual modo, hemos creado relaciones de colaboración y confianza con nuestros proveedores, y hemos establecido una vinculación permanente con la sociedad que nos rodea.

Nuestros clientes

Toda nuestra estrategia comercial está pensada y diseñada con un mismo objetivo: conseguir la máxima satisfacción del cliente. Nuestros clientes son nuestra razón de ser, y la confianza que depositan en nosotros 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 650 millones de visitas que nuestros centros comerciales recibieron en 2015. También hay que destacar los 10,7 millones de personas que poseen la tarjeta de compra El Corte Inglés.

Desde hace 75 años, somos pioneros en numerosos ámbitos de actuación, impulsamos cambios, creamos conceptos novedosos y nos situamos a la vanguardia del comercio de calidad.

Recibimos más de 650 millones de visitas anuales a nuestros centros comerciales y 10,7 millones de personas poseen la tarjeta de compra El Corte Inglés.

El Corte Inglés

Nuestros compromisos con el cliente

SURTIDO

Contamos con una oferta comercial amplia, variada y novedosa en todo tipo de productos. Facilitamos al cliente la oportunidad de elección con un gran 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, decoración, cultura y ocio, viajes, seguros, informática...

SERVICIO

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

CALIDAD

Trabajamos para que la calidad esté presente en todos nuestros ámbitos de actividad. 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.

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

Con el objetivo de conseguir la máxima satisfacción del cliente, prestamos continua atención a lo que opinan y quieren de nosotros. Por ello, desde hace años elaboramos un barómetro interno a partir de las encuestas que se realizan a nuestros clientes, lo que nos permite conocer sus preferencias e inquietudes. En 2015 se llevaron a cabo cerca de 80.000 entrevistas obteniendo como resultado un alto grado de satisfacción en línea ascendente.

La empresa es también analizada por compañías y organismos ajenos al Grupo que complementan nuestra propia evaluación interna. 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 con el fin de cumplir sus expectativas y ofrecerles aquello que necesitan. Queremos saber lo que piensan y lo que opinan, y por ello establecemos 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.

A ello hay que añadir las redes sociales y plataformas como Facebook, Twitter, Google+, Instagram o YouTube, entre otras, que nos permiten afianzar esa relación inmediata e interactiva con el público. A través de estos canales nos hacen llegar sugerencias y comentarios que nos ayudan a mejorar cada día. Al mismo tiempo, nosotros les informamos de acciones puntuales, tendencias de moda, eventos en los centros, promociones, lanzamiento de nuevos productos, concursos, sorteos, etc.

Asimismo, la comunicación publicitaria responde a 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.

Comunicación bidireccional

- > Más de 4,5 millones de llamadas telefónicas realizadas a clientes
- > Más de 3,3 millones de llamadas atendidas
- > 345.000 mensajes enviados a móviles
- > 160.000 consultas atendidas por correo electrónico
- > 8 millones de usuarios registrados en nuestra página web

Nuestros productos y servicios

Uno de los pilares de nuestro modelo de negocio es la amplia gama de productos y servicios que ofrecemos en nuestros centros comerciales. Ello nos permite dirigirnos a clientes con diferentes gustos, necesidades o posibilidades económicas.

Un universo de servicios

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. También la carta de compra, la tarjeta regalo, la lista de bodas, o las diferentes fórmulas personales de pago y financiación nos sitúan como un referente en servicio al cliente.

Uno de los servicios más novedosos es *Click & Express*, que se lanzó en 2015, y que permite realizar la compra *online* y recibir el pedido en el domicilio en menos de dos horas o en la franja horaria que elija el destinatario. La buena acogida que ha tenido entre los usuarios, que pueden seguir el pedido mediante geolocalización, nos ha llevado a ampliar su cobertura a nuevas ciudades y productos hasta contar con más de 150.000 referencias. *Click & Express* completa una amplia gama de servicios de comercio electrónico que se han ido lanzando los años anteriores como *Click & Collect* (pedidos online con recogida en el centro elegido) y *Click & Car* (para la compra del supermercado).

Calidad, trazabilidad y seguridad

Garantizar la calidad, la trazabilidad y la seguridad de los productos y servicios que ofrecemos es un objetivo prioritario para todas las empresas del Grupo. Por ello contamos con un importante equipo de profesionales que trabajan en el área de Calidad implantando procesos de control, gestionando colaboraciones con otras instituciones que nos aporten valor y conocimiento, y asegurando una actuación diligente ante posibles incidencias.

En el área de alimentación mantenemos una constante vigilancia sobre la calidad y seguridad de los productos que comercializamos, además de avanzar en la revisión y adaptación del etiquetado de nuestros productos de marca propia, para facilitar la información nutricional conforme al Reglamento 1169/2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor.

Asimismo, se han realizado por organismos independientes 709 auditorías de seguridad alimentaria tanto en supermercados e hipermercados como en cafeterías de nuestros centros comerciales.

Para ello, hemos reforzado las competencias y autoridad de los expertos en calidad que trabajan en nuestros centros, con el fin de garantizar el cumplimiento de los estándares que nos exigimos como empresa responsable.

Asimismo, hemos dedicado un esfuerzo especial en todo lo referente al entorno infantil: control de juguetes, disfraces y artículos de puericultura, a fin de asegurar los elevados niveles de calidad y seguridad que exigimos en nuestras marcas.

En cuanto a los productos manufacturados, es decir, hogar, juguetes, electrodomésticos, etc., hemos seguido avanzando en la definición de nuestra red global de colaboradores (AIJU, AITEX, API, Bureau Veritas, Eurofins, SGS), afianzando nuestra relación y segmentando las categorías de artículos en las que nos dan soporte en base a su experiencia y conocimiento.

En el resto de categorías de producto, tales como herramienta eléctrica, electrodomésticos, iluminación... se han racionalizado los controles, incrementando aquellos que más información y seguridad nos proporcionan ante nuestros clientes.

En moda, hemos avanzado en el aseguramiento de la calidad del producto desde el origen, y se ha incrementado la cantidad de ensayos físico-mecánicos realizados, con una implicación directa en la determinación del nivel de calidad de las prendas de marcas propias. Asimismo, nuestro programa de control de sustancias químicas (Programa REACH+) se ha visto reforzado con el incremento de test anuales.

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

A lo largo del ejercicio 2015, desde el Departamento de Calidad se han notificado 2.156 productos alertados por las autoridades competentes, susceptibles de venderse en cualquier empresa del Grupo El Corte Inglés. De entre todos ellos, sólo han resultado afectados 56 artículos, procediéndose a la retirada de los mismos.

Ensayos de laboratorio

> 7.212 muestras alimentarias analizadas, 90% de las cuales se realizan en nuestro propio laboratorio, con 5 análisis de media por muestra, dan un total de 36.060 ensayos realizados.

> 3.225 artículos manufacturados, con una media de 6 análisis por artículo, corresponden a 19.350 ensayos.

> A ello hay que añadir la revisión de más de 2.300 etiquetados, 1.132 manuales de instrucciones y 4.000 dosieres de calidad que incluyen múltiples certificados para conformidad con marcado CE.

> 22.702 ensayos físico-mecánicos de artículos de moda, a una media de 7 análisis por muestra, dan un total de 158.914 ensayos.

> 3.300 muestras de sustancias químicas (REACH), etiquetado y seguridad infantil, con 15 análisis por muestra, dan un total de 49.500 ensayos realizados.

> 4.723 muestras de tejidos y fornituras, en nuestro laboratorio de moda, con 9 análisis de media por muestra, dan un total de 42.507 ensayos.

> En conjunto, unos 306.000 ensayos realizados en 2015, frente a los 280.000 de 2014 y los 180.000 de 2013.

Comprometidos con el entorno

Estamos comprometidos con el desarrollo sostenible a través de nuestra participación en foros e iniciativas empresariales de RSE como el Pacto Mundial, BSCI (Business Social Compliance Initiative), Consumer Goods Forum o más recientemente Forética (desde marzo de 2016). De este modo, adoptamos compromisos conjuntos con la industria y aunamos esfuerzos. De hecho, en la última reunión internacional del Consumer Goods Forum que reúne a fabricantes y minoristas, El Corte Inglés participó explicando su estrategia contra el cambio climático y de lucha contra el desperdicio alimentario.

Todas las empresas del Grupo están alineadas en favor del desarrollo sostenible. Dentro de este compromiso, se enmarcan nuestras políticas de compra responsable y sostenible en productos de papel y madera, productos pesqueros y todo lo relativo a bienestar animal. Asimismo, estamos fomentando la incorporación de proveedores que apuesten por la ecoinnovación, así como la compra local y de kilómetro cero. Esto nos permite ofrecer cada día verduras y hortalizas cortadas esa misma mañana en las huertas del entorno, o contar con pescados específicos de cada zona geográfica, ya que tenemos acuerdos con pequeñas lonjas locales que proveen de pescado a nuestros supermercados del entorno.

Como parte de ese compromiso con la sostenibilidad, realizamos también acciones de concienciación y sensibilización hacia clientes y empleados. En el presente año se ha llevado a cabo por primera vez en nuestros centros comerciales el *Mes de la Sostenibilidad*, un mes en el que se han celebrado acciones a favor del medio ambiente destinadas a concienciar sobre el cambio climático, el desperdicio alimentario y el apoyo al comercio justo. En este sentido, los supermercados de El Corte Inglés han reforzado su apuesta por lo sostenible, con más de 2.500 productos certificados con los respectivos sellos sostenibles y otras certificaciones. De igual modo, Ámbito Cultural ha organizado en

nuestros centros mesas redondas y debates sobre temas medioambientales; también ha preparado una Jornada de Sostenibilidad dirigida al público infantil en el centro de ocio Micrópolis (en San Sebastián de los Reyes, Madrid).

Por otra parte, hemos participado en la II Edición de la Campaña Solidaria para la donación y reciclado de juguetes, permitiendo que nuestros clientes donen en las tiendas aquellos que ya han dejado de utilizar. Los contenedores instalados en nuestras centros para tal fin, han constituido el 20% de la cantidad total de juguetes recogidos, que ha alcanzado aproximadamente la cifra de 46 Tm. De ellas, el 67,4% de los juguetes se ha destinado a donación y el 32,6% a reciclaje.



Productos sostenibles

Durante el ejercicio 2015 hemos ampliado 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). Asimismo, promovemos el consumo responsable y sostenible, dando respuesta al interés de la sociedad por un consumo de calidad que minimice el impacto ambiental.

En alimentación y gran consumo contamos con un amplio surtido de productos sostenibles que abarcan unas 2.500 referencias, el 50% de las cuales son de nuestras marcas propias. Las áreas con mayor peso son las que se refieren a alimentos de agricultura y ganadería ecológica, pero también contamos con un amplio abanico de productos locales certificados con Denominación de Origen e Indicación Geográfica Protegida.

Asimismo, estamos comprometidos con la pesca responsable a través de diversas iniciativas. En este sentido, se ha ampliado el número de referencias de productos procedentes del mar con certificado MSC

(Marine Stewardship Council), sello que garantiza su procedencia de pesca y acuicultura sostenible.

Además, en nuestros establecimientos contamos con el mayor número de referencias de productos ecológicos, fundamentalmente en perecederos, ultramarinos, refrigerados y conservas.

En productos de gran consumo, hemos empezado a certificar nuestros productos de celulosa de marca propia (servilletas, papel de cocina, etc.) hasta alcanzar un total de 24 referencias con sello FSC (Forest Stewardship Council), que garantiza su procedencia de bosques sostenibles. A ello hay que añadir nuestra marca *Frost* de papelería, que cuenta con toda una colección de cuadernos y recambios con certificación FSC, y la marca El Corte Inglés para artículos de hogar que dispone de colecciones sostenibles (algodón orgánico, madera FSC, etc.).

En el área de electrodomésticos, fomentamos la adquisición de productos de mayor eficiencia energética 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.



Opciones especiales y diferentes

En nuestros centros comerciales tienen cabida todo tipo de clientes con independencia de sus gustos, necesidades o posibilidades económicas. Por ello, prestamos especial atención a todos aquellos colectivos minoritarios que requieren algún tipo de producto o servicio específico.

En moda contamos con una gran amplitud de tallajes y marcas con diseños muy actuales adaptadas a todo tipo de hombres y mujeres; y en cosmética, poseemos una extensa variedad de productos adecuados a las pieles más exigentes y sensibles.

En alimentación, disponemos de uno de los mayores surtidos de dietéticos del mercado y tenemos la marca propia *Special Line* con cerca de 200 referencias. Las personas que padecen algún tipo de intolerancia, pueden elegir entre un surtido amplio y bien identificado; desde un gran número de referencias específicas para diabéticos, a 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). Asimismo, hemos aumentado y mejorado la oferta de productos aptos para celíacos tanto de frescos como de ultramarinos. Además, en el etiquetado de nuestras marcas propias incluimos información sobre los alérgenos que sea fácilmente visible para el cliente.

Por otra parte, nuestra atención hacia las minorías culturales nos lleva a incluir en nuestros supermercados cerca de 1.500 productos *kosher*, *halal*, orientales, etc.

También tenemos productos con certificación de comercio justo (café, cacao, infusiones, frutas exóticas, etc.), y contamos con seis referencias de café de marca propia certificadas CAFÉ MUNDI.



Nuestros proveedores

Mantenemos una relación de colaboración y confianza mutua con nuestros proveedores, y por ello es fundamental una buena elección y homologación de quienes nos acompañan en nuestro propósito de satisfacer las exigencias de calidad de nuestros clientes. Ello nos permite desarrollar proyectos de forma conjunta, especialmente aquellos que aportan 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. Además, realizamos procesos de verificación del cumplimiento de esos principios.

Origen y procedencia

Buscamos productos de calidad al mejor precio, y también propiciamos la adquisición de productos locales y de proximidad. El 87% de las compras que realiza El Corte Inglés son a proveedores nacionales, y de las compras a proveedores extranjeros, un 49% es a empresas de la UE. No obstante, la realidad globalizada del mercado nos obliga a estar atentos a las oportunidades de compra en terceros países.

NÚMERO DE PROVEEDORES POR EMPRESA			
Empresa	Países no UE	Países UE	Total
El Corte Inglés	2.086	20.046	22.132
El Corte Inglés-Grandes Armazéns	1	3.004	3.005
Hipercor	548	2.453	3.001
Bricor	74	1.063	1.137
Supercor	-	873	873
Sfera Joven	424	890	1.314
Óptica2000	3	189	192
TOTAL	3.136	28.518	31.654

Auditorías en terceros países

Fábricas auditadas en terceros países 2015

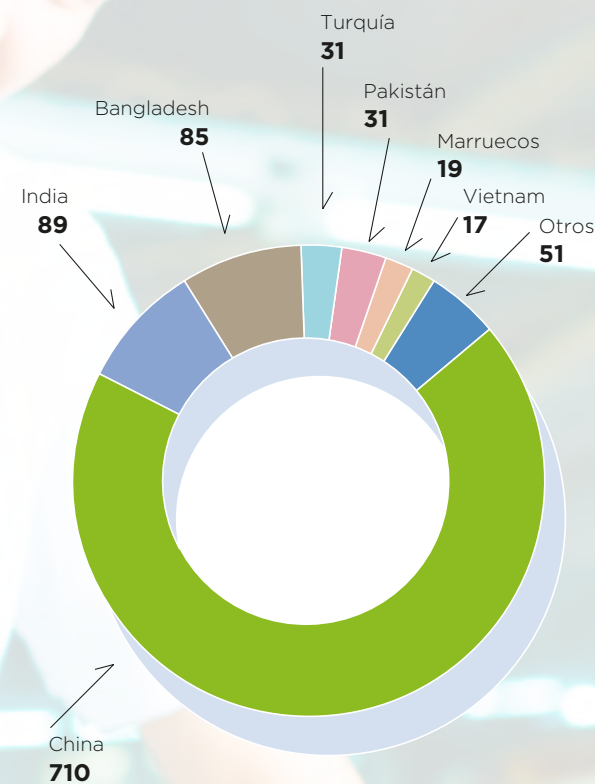
En nuestras oficinas internacionales contamos con un equipo específico dedicado a garantizar los compromisos de Responsabilidad Social Empresarial que hemos asumido, y a velar por el cumplimiento de los mismos por parte de nuestros proveedores. Este equipo de RSE internacional se encuentra en las áreas de Extremo Oriente, Oriente Medio, Oriente Próximo, Turquía y Magreb.

En cada oficina de compras contamos con personal español pero sobre todo con personas nativas del entorno, lo que nos permite adaptarnos y comprender mejor la cultura de cada región, al mismo tiempo que nos implicamos en la realidad económica y social del país.

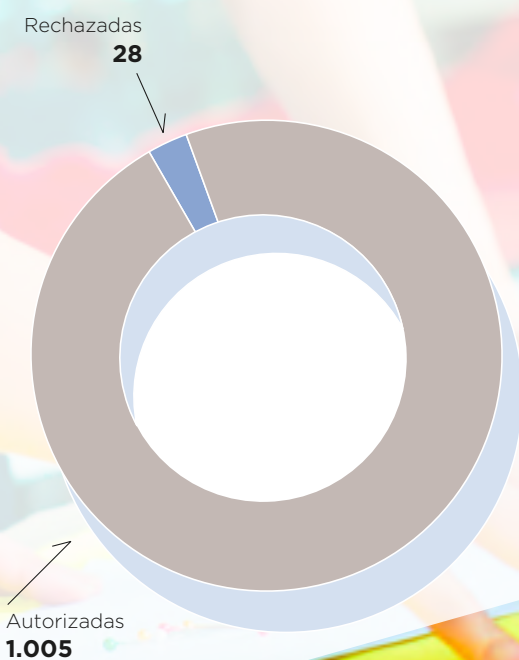
Auditorías sociales

Mantenemos un avance constante en nuestros compromisos de verificación de las condiciones sociales y laborales de proveedores. Para ello realizamos auditorías sociales 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 diseñado como un proceso de mejora continua que permite a los proveedores cumplir a corto plazo con todos los requisitos del Código de Conducta. Aquellos que no son capaces de adoptar estos procesos, cesan en su actividad como suministradores.

Desde que se puso en marcha este protocolo en 2009, el Grupo El Corte Inglés ha realizado un total de 2.933 auditorías a proveedores de 19 países. Durante el ejercicio 2015 hemos incrementado nuestra actividad en este sentido.



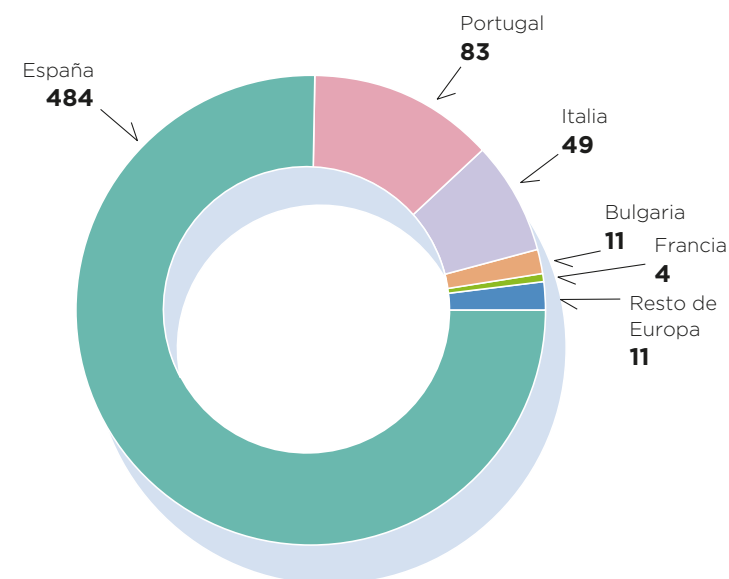
Resultado de auditorías 2015



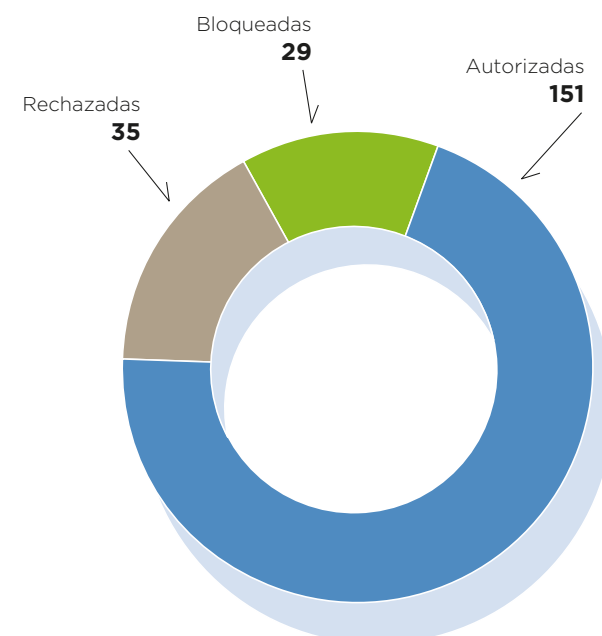
Trabajamos también en un programa de auditorías sociales para el sector textil en Europa homologando a los proveedores de la Unión Europea. Por ello, evaluamos las capacidades y el entorno de seguridad laboral de nuestros proveedores de marca propia que suponen la fuente principal de suministro en el ámbito de la moda. Esto permite un conocimiento más profundo y una mejor selección de talleres.

Auditorías del textil en Europa

Proveedores activos por país europeo 2015 (Sector textil, marca propia)



Resultado de auditorías 2015 (Sector textil, marca propia)



Colaboración con nuestros grupos de interés

Dialogamos y colaboramos con nuestros grupos de interés y contamos con un Grupo de Trabajo en el que participan sindicatos nacionales e internacionales, asociaciones de consumidores, organizaciones de defensa de los derechos humanos, de conservación de la naturaleza, de bienestar animal, así como expertos del ámbito académico. 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.

La logística

La logística es parte fundamental de la distribución y, por tanto, 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. Además, estas mejoras influyen positivamente en el medio ambiente.

En el ejercicio 2015 hemos ajustado las planificaciones para la fabricación y el transporte de mercancía que procede de terceros países, reduciendo de forma considerable los volúmenes transportados por avión (un 25% menos que en 2014) y por carretera (un 17% menos), lo que ha supuesto una reducción de costes y un menor impacto medioambiental.

En los flujos de mercancía internacional hay que destacar los siguientes aspectos:

- > Países de origen de compra: 31
- > Puertos de embarque: 80
- > Contenedores: 18.942
- > M³ transportados: 567.878

Dimensión ambiental

Como empresa responsable, mantenemos una preocupación constante por el medio ambiente que nos lleva a mejorar de forma permanente aquellos impactos relacionados con nuestra actividad comercial. En este sentido, nuestros principales esfuerzos están relacionados con el consumo de materiales, energía y agua, así como con aquellos aspectos relativos al control de emisiones de gases de efecto invernadero y la gestión de residuos.

Materiales

Trabajamos de forma continua para intentar reducir el impacto de los materiales que utilizamos, prestando especial atención a la reutilización y minimización de los embalajes. En este contexto, hemos reforzado el plan de sustitución de bolsas de un solo uso, ofreciendo alternativas reutilizables según la norma UNE 53942 o de materiales distintos al plástico, como las bolsas de papel. La suma de ambos tipos de bolsas constituye más de un 62% del total de unidades consumidas por el Grupo.

Por otra parte, en el ejercicio 2015 hemos avanzado especialmente en medidas que hacen que los materiales utilizados sean más sostenibles y respetuosos con el entorno. La certificación FSC, que garantiza la procedencia de bosques sostenibles para el papel y cartón, ya estaba presente en nuestros catálogos y folletos en años anteriores, pero ahora esa presencia ha aumentado hasta los 760.500 ejemplares impresos en papel certificado (catálogo de Navidad, Cestas y lotes para empresas, Guías de hostelería...).

Continuamos con nuestro compromiso con los bosques

Durante el ejercicio 2015, se ha ampliado la certificación FSC a los tiques de aparcamiento, sobres de facturación, bolsas de papel de panadería y *packaging* de Navidad, además de los folletos y catálogos que ya se incorporaron el año anterior.

El Correo Ingles

El ejercicio 2015 ha quedado registrado como el año más cálido de la historia desde que existen registros de temperaturas. Esto ha provocado un aumento de las necesidades de climatización de nuestros centros para alcanzar la temperatura de confort; a pesar de ello hemos conseguido disminuir el consumo energético un 1,15% kWh/m². La reducción acumulada supera ya el 35% tomando como base el año 2008.

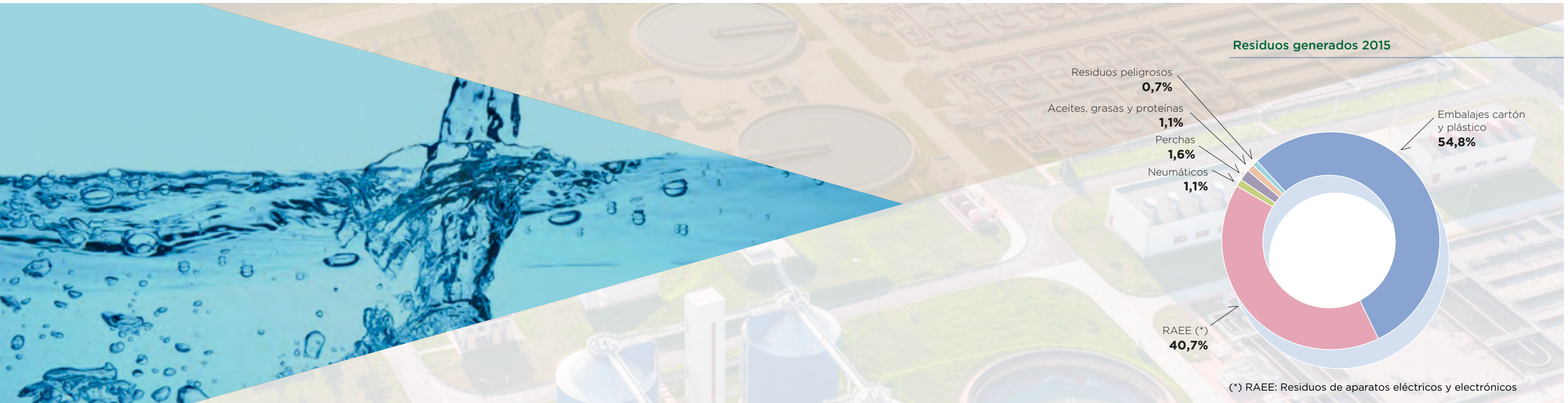
Energía

Nuestro plan de eficiencia energética incide en cada una de las variantes que afectan al consumo energético de los centros comerciales: iluminación, frío comercial, climatización y sistemas de control.

Los continuos avances en las tecnologías de iluminación hacen que busquemos en el mercado las alternativas más eficientes en cada momento. A la hora de elegir los sistemas de iluminación valoramos aspectos como el índice de reproducción cromática, la vida útil, el diseño, los equipos auxiliares o los sistemas de regulación, control y mantenimiento, que influyen, en gran medida, en el consumo energético. En 2015 las inversiones en iluminación se han llevado a cabo teniendo en cuenta todas estas características, consiguiendo mejoras tanto en el consumo energético como en la calidad de la iluminación de la mercancía.

Desde el punto de vista de la eficiencia energética hemos avanzado también en la mejora de las instalaciones de frío comercial. Tras la incorporación de puertas y tapas a los muebles de congelados y refrigerados, que permiten ahorrar hasta un 50% de consumo energético, hemos puesto en marcha un proyecto denominado *retrofit*. Esta iniciativa está suponiendo la modernización tecnológica de los muebles existentes, adaptando su rendimiento y mejorando en todos los casos su eficiencia energética.

Tanto en las instalaciones de frío comercial como en las de climatización, colaboramos de forma permanente con nuestros proveedores en la búsqueda de gases refrigerantes alternativos a los HFC (hidrofluorocarbonos), grupo más común de gases fluorados utilizados como refrigerantes que afectan a la reducción de la capa de ozono.



Agua

En 2015 hemos optimizado el Plan de Gestión Sostenible del Agua consiguiendo una reducción de algo más de un 3% medido en m³/m². Esto supone un 39% en el acumulado del periodo 2008-2015. Todo ello a pesar de las altas temperaturas registradas durante el año 2015, que han provocado una mayor utilización de las torres de refrigeración por agua.

Además de las medidas de reducción de consumo, también se está trabajando en mejorar la calidad de nuestros vertidos. Para ello, gran parte de nuestras instalaciones han incorporado nuevas técnicas de tratamiento de aguas residuales, consistentes en sistemas ecológicos de fermentación microbiana. Esto supone una importante reducción de los parámetros de vertido, olores y atascos, mejorando directamente la calidad de las aguas vertidas. Nuestro objetivo es ampliar este tipo de sistemas de tratamiento hasta que estén implantados en todas las instalaciones.

Por otra parte, se ha elaborado un plan de formación específico para optimizar la calidad de las aguas residuales, a impartir entre el personal implicado en el mantenimiento de las instalaciones afectadas.

Emisiones

El factor de mayor incidencia en el cálculo de la huella de carbono de nuestra organización lo constituyen las emisiones indirectas asociadas al consumo energético. Por ello las medidas de eficiencia energética en las que trabajamos inciden directamente en la reducción de nuestras emisiones. En el último año, la disminución de nuestro consumo ha evitado la emisión de 2.839,64 Tm de CO₂ eq.

Además, en el último ejercicio hemos ampliado la adquisición de energía eléctrica procedente de fuentes renovables, que ya representa un 28% del total.

Como indicador más significativo, en el periodo 2008-2015 la emisión acumulada del Grupo de empresas se ha reducido más de un 31% en términos absolutos.

Residuos

Nuestro objetivo es convertir en nuevos recursos aquellos residuos que no pueden ser reutilizados, contribuyendo así a la economía circular, pilar de la estrategia Europa 20. La limitación de los recursos y el gran déficit de materias primas para la producción de lo que consumimos,

junto al problema que supone la generación de residuos eliminados sin valorizar, nos dirige a un cambio de concepto que pretende imitar el modelo circular de la naturaleza, donde todo lo que se genera es una fuente para un nuevo proceso.

Este proceso no es posible sin la separación y posterior tratamiento específico de los distintos tipos de residuos. Por ello, es de gran importancia la implantación de procedimientos de segregación en origen, con el fin de evitar que residuos mezclados puedan acabar en el vertedero, con el consiguiente coste económico y de contaminación medioambiental.

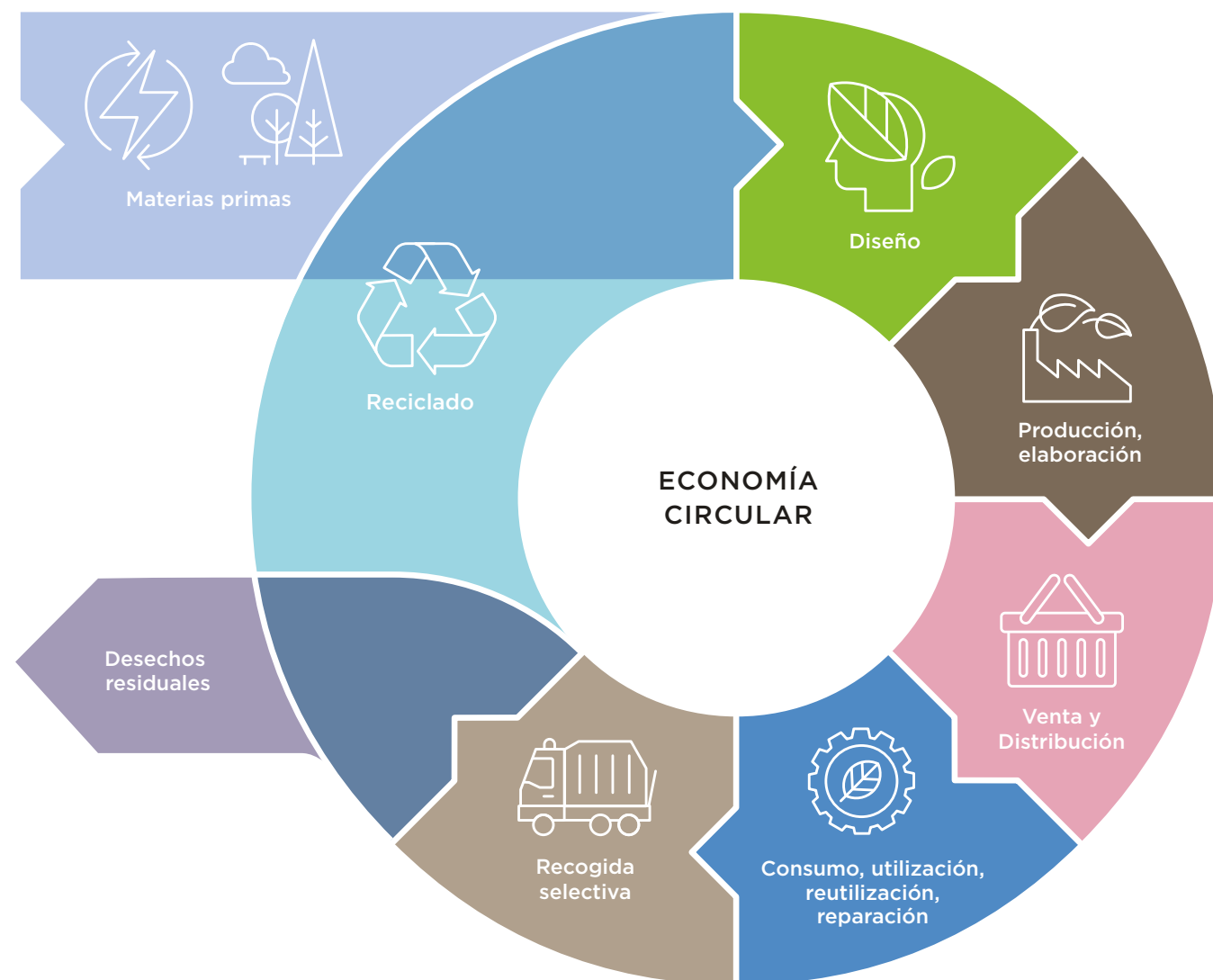
La mayor partida de los residuos generados y valorizados corresponde a la fracción de embalajes de cartón y plástico. Dicha fracción se ha visto reducida en el ejercicio 2015, gracias a los diversos planes de minimización. Entre ellos, la eliminación de embalajes individuales para la mercancía de textil y moda que llega a nuestros almacenes procedente de los proveedores.

Otra partida importante la constituyen los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, que en 2015 ha

alcanzado la cifra de 19 millones de kilos gestionados entre grandes y pequeños electrodomésticos. Para los primeros, se ha iniciado un proyecto de seguimiento que involucra a todos los agentes implicados en la retirada y gestión, desde que se genera el residuo hasta que se valoriza en la planta final de tratamiento. El proyecto piloto afecta actualmente a ocho de las rutas establecidas en nuestros almacenes, y su futura implantación en todas las rutas permitirá evitar cualquier desviación de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos.

En el año 2015, se han reutilizado o reciclado más de 48 millones de kilos procedentes tanto de residuos generados en nuestra actividad comercial como de los servicios prestados a nuestros clientes. Todo ello, o bien se ha transformado en materiales destinados a la misma o distinta funcionalidad que la del producto original, o bien se han valorizado desde el punto de vista energético.

Debemos imitar el modelo circular de la naturaleza, donde no existe basura ni residuos, ya que todo lo que se genera es una fuente para un nuevo proceso.



Dimensión social

Nuestro equipo

Principales cifras

- > Empleo total al cierre del ejercicio: 91.931 personas, el 94% en España
 - 63% son mujeres y el 37% hombres
 - 90% tienen contrato fijo
- > Plantilla media a jornada completa: 80.930 personas
- > Más de 135.000 horas de formación presencial y más de 339.000 horas de formación *online*
- > 642 personas (un 0,7% del total) fueron promocionadas a puestos de mayor responsabilidad

El Grupo El Corte Inglés está formado por un gran equipo de compradores, vendedores y profesionales especializados en las numerosas áreas que componen nuestra empresa. La necesidad de adaptación a unos mercados cada vez más exigentes y cambiantes, nos obliga a una mayor optimización de sus capacidades y competencias.

Impulsamos el trabajo en equipo, una de nuestras señas de identidad, e incorporamos constantemente nuevos perfiles profesionales con el fin de garantizar el mejor nivel de servicio a nuestros clientes.

También estimulamos el talento y recompensamos el esfuerzo personal. De hecho, durante el ejercicio 2015 se han promocionado 642 personas a puestos de mayor responsabilidad, lo que representa el 0,7% del total de la plantilla, con el siguiente desglose:

Empresa		Personas
El Corte Inglés		486
Hipercor		38
Informática El Corte Inglés, Electrónica y Telecor		21
Viajes El Corte Inglés		26
Otras empresas del Grupo		71
TOTAL		642

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. Un total de 5.363 personas tuvieron este reconocimiento, con el siguiente desglose:

Empresa	Personas	
	25 años	15 años
El Corte Inglés	1.546	2.176
Hipercor	344	347
Informática El Corte Inglés, Electrónica y Telecor	68	197
Viajes El Corte Inglés	111	272
Otras empresas del Grupo	93	209
TOTAL	2.162	3.201

Como novedad en la operativa interna hay que mencionar que en febrero de 2016 se implantó el nuevo Sistema de Liquidación de Cotizaciones a la Seguridad Social (Proyecto Creta). Con ello se permite la liquidación directa de cotizaciones a la Seguridad Social, pasando de un modelo de liquidación a un modelo de facturación, lo que proporciona mayor información sobre cotizaciones a empresas y trabajadores mediante un modelo de atención personalizado y multicanal.

Distribución de empleados por empresas

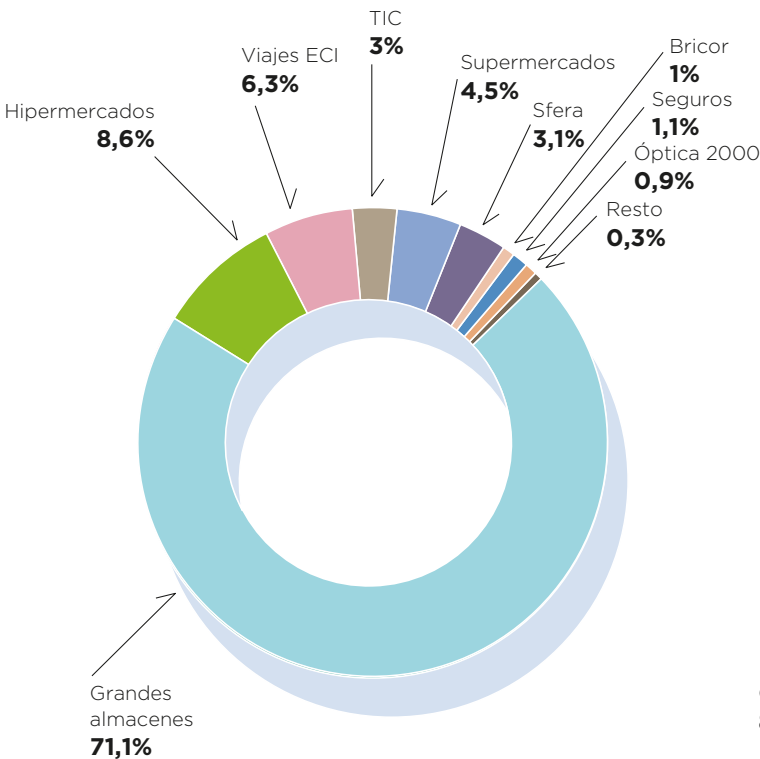
Al cierre del ejercicio nuestro equipo está formado por un total de 91.931 personas, distribuidas entre todas las empresas del Grupo, lo que supone un incremento de 494 personas sobre el año anterior, es decir, un 0,5% más.

El número medio de empleados del Grupo, calculados a jornada completa, se ha situado en 80.930 personas.

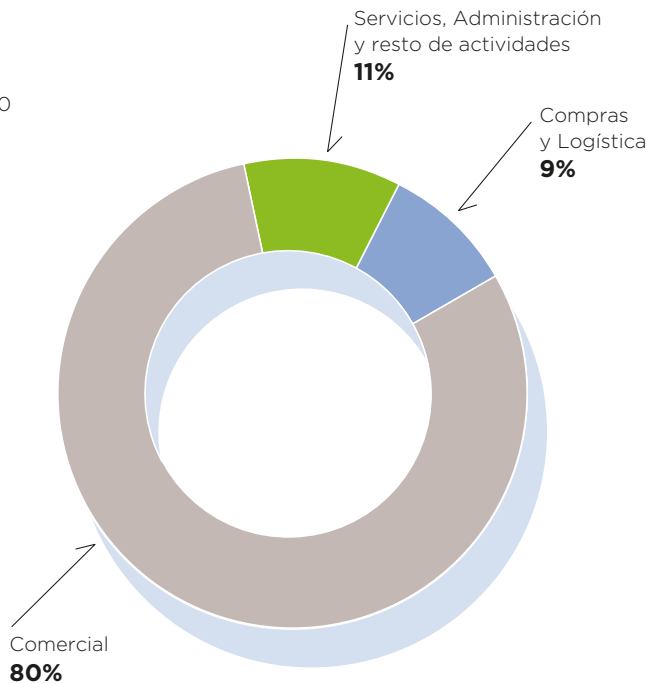
El 90% de los empleados tienen contrato fijo.

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

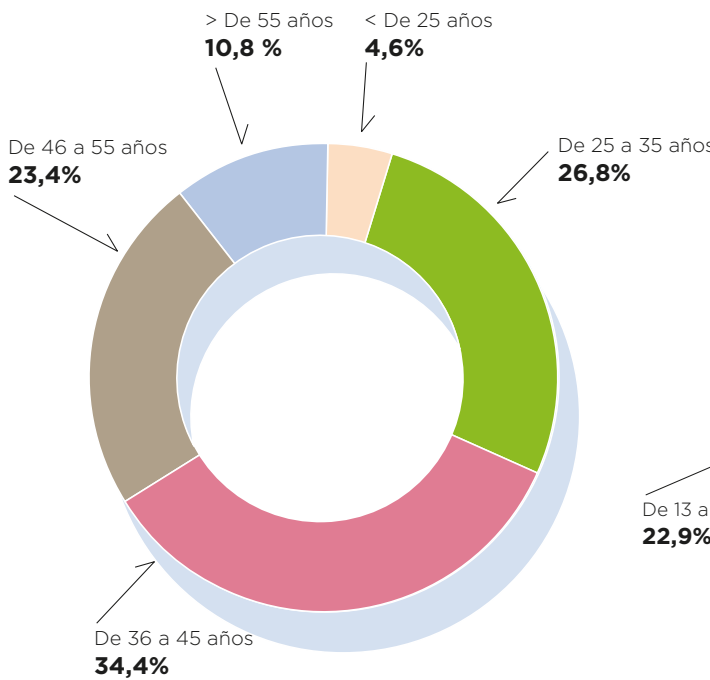
Distribución del personal por líneas de negocio



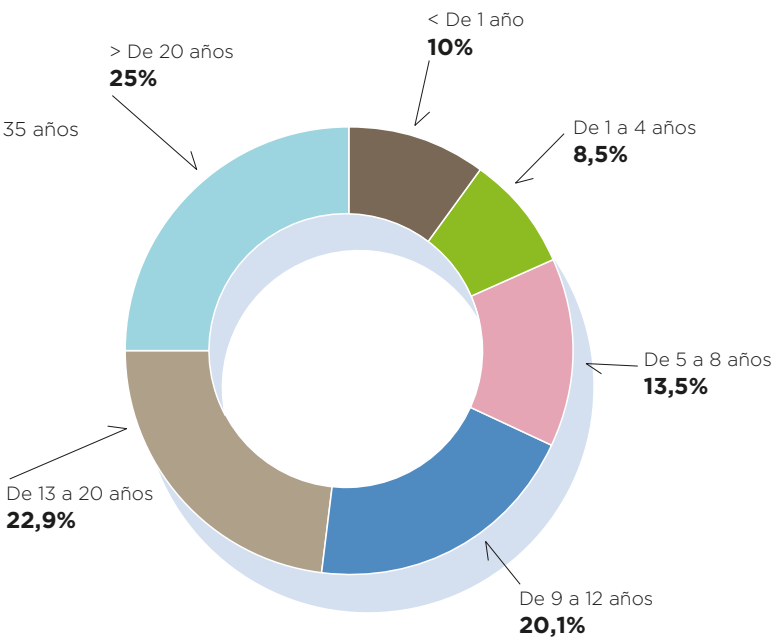
Distribución del personal por grupos de actividad



Distribución del personal por intervalos de edad



Distribución del personal por intervalos de antigüedad



Planes de igualdad

Durante el ejercicio 2015 se ha firmado la renovación de los Planes de Igualdad de las Empresas Viajes El Corte Inglés, Informática El Corte Inglés y Telecor. Todos los Planes de Igualdad han sido acordados por unanimidad de los sindicatos representados.

En el marco de la política de igualdad, seguimos incidiendo en los aspectos relacionados con el acceso y la promoción profesional, la formación y las mejoras en la conciliación de la vida personal, familiar y laboral.

Salud y seguridad laboral

La salud y seguridad laboral forman parte de los compromisos que la empresa mantiene con sus empleados. Además de la atención que se presta en los propios centros de trabajo, 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.

Entre las campañas e inciativas que se han llevado a cabo en el ejercicio 2015, podemos señalar algunas relacionadas con la prevención del cáncer de mama, de próstata y de colon; la sensibilización de patologías con factores de riesgo cardiovascular; la promoción del ejercicio físico, antitabaquismo y hábitos alimenticios saludables, así como diversas acciones de donación de sangre.

Asimismo, se han llevado a cabo acciones de formación en medicina del trabajo, y se han realizado cursos para personal no sanitario de formación en primeros auxilios y reanimación cardio-pulmonar y desfibrilación semiautomática.

En cuanto al Servicio de Prevención de Riesgos Laborales, en 2015 se ha puesto en marcha un proyecto de evaluación de factores psicosociales, de común acuerdo con todas las organizaciones sindicales en Madrid. Esta iniciativa se prolongará hasta 2017 y será extensible a todo el ámbito nacional.

Por otra parte, se ha continuado con la actualización de la descripción de los puestos de trabajo de las empresas del Grupo, delimitando por función y actividades las tareas con relevancia en prevención de riesgos laborales.

Formación

La formación es un factor fundamental en nuestra estrategia de recursos humanos, ya que la preparación de nuestros profesionales nos otorga un valor diferencial y nos distingue como empresa. Por ello, en el Instituto de Formación Profesional de El Corte Inglés 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 formativas más breves y flexibles orientadas a informar sobre las novedades que se producen en cada mercado.

La mayor parte de los cursos de formación realizados durante el ejercicio 2015 se ha dirigido al personal de centros comerciales de las diferentes líneas de negocio del Grupo. La formación para el personal recién incorporado, tanto en atención comercial como en procesos administrativos y conocimiento del producto tiene como finalidad preparar a este colectivo para el correcto desempeño de su puesto de trabajo.

En cuanto a la formación continua, prioritaria para la empresa, pretende dar a conocer las novedades comerciales y de producto que van apareciendo en el mercado, aprender los nuevos procesos administrativos y de gestión implantados, y mejorar las habilidades para el desempeño de las diferentes tareas y responsabilidades. Durante el ejercicio 2015 se han

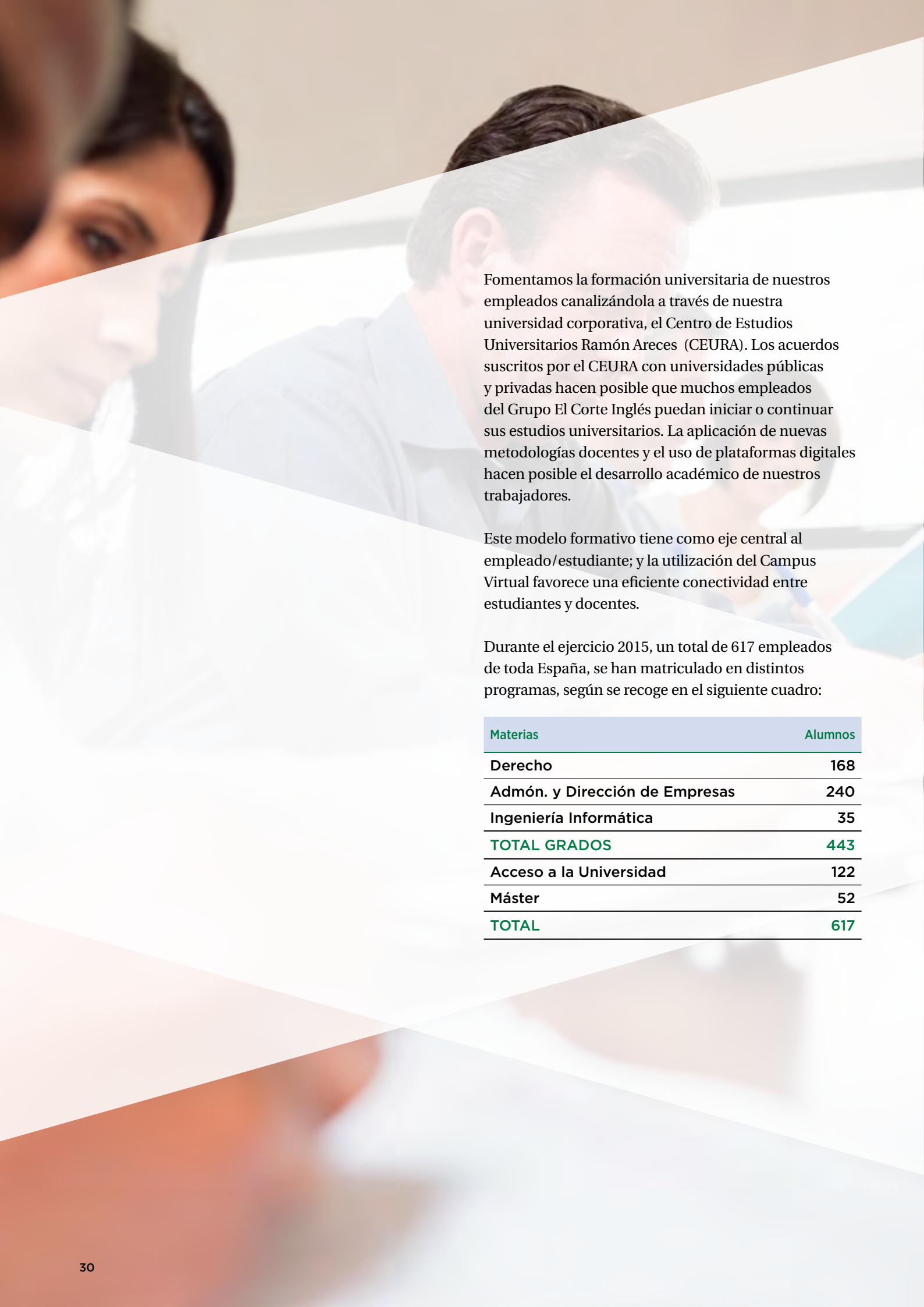
reforzado los cursos para el personal de los servicios centrales, especialmente aquellos relacionados con las aplicaciones ofimáticas. Asimismo, se ha mantenido la formación en idiomas tanto para el personal de venta como de los servicios centrales.

También se han desarrollado diversas acciones formativas dirigidas a los mandos intermedios en sus dos principales vertientes: Habilidades Directivas para los responsables de equipos humanos, y Gestión Comercial, para el desarrollo de la capacidad de análisis y toma de decisiones comerciales.

Durante el ejercicio 2015 se ha procedido al despliegue en todas las empresas y centros de la organización de una nueva plataforma de formación *e-learning* (Aul@ECI), que se actualiza periódicamente y que permite llegar a todas las empresas del Grupo con un mismo contenido de manera simultánea. Ello permite también su utilización en la transmisión de campañas y estrategias comerciales.

A lo largo del ejercicio se ha continuado colaborando tanto con universidades públicas como privadas e institutos de Formación Profesional para incorporar a sus mejores alumnos en los programas de prácticas curriculares, de manera que éstos puedan completar su preparación académica con el conocimiento del mundo profesional y de la empresa.

Contenidos	Acciones formativas	Horas	Alumnos
FORMACIÓN PRESENCIAL			
Mandos	423	10.984	4.357
Producto, oficios y prevención de riesgos laborales	6.846	47.951	61.310
Comercial y marketing	1.679	26.528	17.511
Procesos administrativos de venta, gestión e informática	1.709	19.007	18.564
Idiomas	887	30.632	4.985
Otros	545	744	13.042
TOTAL FORMACIÓN PRESENCIAL	12.089	135.845	119.768
FORMACIÓN ONLINE	-	339.241	277.251
TOTAL	12.089	475.086	397.019

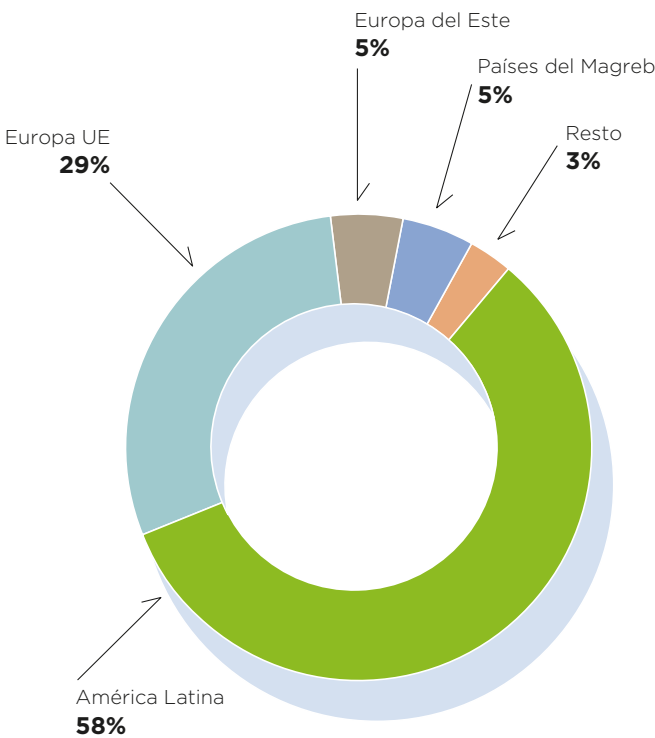


Integración, diversidad e igualdad de oportunidades

Promovemos numerosas acciones orientadas a conseguir la integración de las personas con discapacidad en el mundo laboral. Además de nuestra plantilla directa, colaboramos con cerca de 60 Centros Especiales de Empleo para la subcontratación y compra de productos fabricados en dichos centros.

También creemos que la diversidad cultural nos enriquece como empresa y como sociedad. Prueba de ello son las más de 3.900 personas de nacionalidad no española que trabajan en nuestros centros en España, lo que supone un 4,5% sobre el total de nuestro equipo humano. En el siguiente gráfico, se observa el predominio del colectivo hispanohablante.

Distribución del personal extranjero por país de procedencia



Beneficios sociales

Propiciamos a nuestro personal una serie de beneficios sociales entre los que 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 3.156 ayudas por valor de 3,12 millones de euros, lo que supone un incremento del 12% respecto al año anterior.

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

Fomentamos la formación universitaria de nuestros empleados canalizándola a través de nuestra universidad corporativa, el Centro de Estudios Universitarios Ramón Areces (CEURA). Los acuerdos suscritos por el CEURA con universidades públicas y privadas hacen posible que muchos empleados del Grupo El Corte Inglés puedan iniciar o continuar sus estudios universitarios. La aplicación de nuevas metodologías docentes y el uso de plataformas digitales hacen posible el desarrollo académico de nuestros trabajadores.

Este modelo formativo tiene como eje central al empleado/estudiante; y la utilización del Campus Virtual favorece una eficiente conectividad entre estudiantes y docentes.

Durante el ejercicio 2015, un total de 617 empleados de toda España, se han matriculado en distintos programas, según se recoge en el siguiente cuadro:

Materias	Alumnos
Derecho	168
Admón. y Dirección de Empresas	240
Ingeniería Informática	35
TOTAL GRADOS	443
Acceso a la Universidad	122
Máster	52
TOTAL	617

La comunidad y el entorno

Mantenemos una relación de cercanía y compromiso con la sociedad, y nos sentimos vinculados con el entorno, con las personas 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 75 años de historia.

Formamos parte del tejido empresarial y social que nos rodea, lo que nos lleva a participar en numerosas actividades de carácter cultural, educativo, deportivo, medioambiental y social. Y tenemos una estrecha relación con numerosos agentes y organizaciones sociales, desde las grandes agrupaciones empresariales o los sindicatos, a asociaciones de los consumidores, organizaciones no gubernamentales, medios de comunicación y todo tipo de instituciones y colectivos sociales.

Nuestra relación con las instituciones

Nuestra actitud permanentemente activa nos ha llevado a incorporarnos a las instituciones de representación empresarial, como son las Cámaras de Comercio, así como a participar en la promoción de las organizaciones empresariales. Formamos parte de los órganos de gobierno y comisiones de trabajo de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) y de la Cámara de España, así como de organizaciones sectoriales de nuestro ámbito de actuación, como son la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED), la Asociación Española de Centros Comerciales (AECC) y la Asociación de Cadenas Estatales de Supermercados (ACES), entre otros. También estamos integrados en asociaciones regionales y locales que trabajan por mejorar la situación económica, el empleo y las condiciones de vida en todas las ciudades en las que estamos presentes.

En el ámbito internacional, estamos integrados en Eurocommerce, organización que representa a todo el comercio ante la Unión Europea, y en el European Retail Round Table (ERRT), foro de encuentro de las grandes empresas de distribución europeas, así como en la Asociación Internacional de Grandes Almacenes (IADS).

Respecto a los organismos que estudian y promueven la responsabilidad empresarial, formamos parte del Consejo Estatal de Responsabilidad Social Empresarial; estamos implicados en el desarrollo del Plan Nacional de Empresas y Derechos Humanos; 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 la Presidencia y Comité de Dirección de Business Social Compliance Initiative (BSCI), entre otros.

Esta última iniciativa está enfocada a colaborar en la mejora de condiciones de producción y trabajo en toda la cadena de suministro de las empresas de distribución europeas, participando activamente en programas de desarrollo en diferentes partes del mundo.

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.

Un buen ejemplo han sido los trabajos del *Acuerdo de Compensación* en Bangladesh, que permitió aunar esfuerzos económicos y personales tanto de empresas internacionales como de organismos públicos y de la OIT para compensar a las víctimas de la tragedia del Rana Plaza ocurrido en 2014.



Carrera popular Universidad de Cádiz-Run Academy y El Corte Inglés, en Cádiz.

Nuestra vinculación con la sociedad

Nuestra vocación sincera de vinculación con la sociedad nos lleva a apoyar numerosas actividades locales, regionales, nacionales e internacionales, que afianzan nuestra relación de cercanía con el entorno. Durante el ejercicio 2015 se han realizado un total de 3.744 actividades que han tenido como objetivo favorecer a los colectivos más necesitados, así como propiciar programas e iniciativas de carácter social, cultural, educativo y deportivo.

Además de colaborar con grandes organizaciones como Banco de Alimentos, ACNUR, UNICEF o la Asociación Española contra el Cáncer, entre otras, también apoyamos a pequeñas asociaciones que trabajan en favor de los más necesitados.

Durante 2015 hemos donado más de 2.700 toneladas de alimentos destinados a personas en situación de vulnerabilidad. Estas acciones se han canalizado tanto 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.

Donamos 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

Formamos parte del tejido empresarial y social que nos rodea, lo que nos lleva a participar en numerosas actividades de carácter cultural, educativo, deportivo, medioambiental y social.

las distintas enseñanzas del Grupo. Bancos de Alimentos, Cáritas, Cruz Roja, Bomberos Ayudan y Comedor de los Pobres son algunas de las organizaciones beneficiarias de esta cuantiosa donación que ha permitido mejorar la vida de personas en situación de riesgo.

Otra de las grandes alianzas que mantenemos es con la AECC (Asociación Española Contra el Cáncer), a quien desde hace años apoyamos de forma constante a través de 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 2015, además, hemos ampliado nuestra colaboración con una serie de acciones especiales encaminadas a sensibilizar y luchar contra el cáncer de mama. Todo ello ha culminado con la financiación de un proyecto de investigación a tres años sobre el cáncer de mama hereditario que tiene lugar en el Vall d'Hebron Instituto de Oncología (Barcelona), con el objetivo de desarrollar nuevos tratamientos terapéuticos más efectivos.

Para apoyar esta iniciativa, las fachadas de nuestros centros más emblemáticos se iluminaron de rosa durante el Día Internacional contra el Cáncer de Mama, 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.

Asimismo, mantenemos una relación de colaboración permanente con UNICEF, 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 y catástrofes naturales donde también implicamos a nuestros empleados y clientes.

Por otra parte, diferentes empresas del Grupo colaboran con instituciones y ONG afines a su tipo de negocio. Por ejemplo, Bricor contribuye a fomentar el empleo juvenil y el comercio solidario a través de la ONG madrileña *Carpinteros Norte Joven*, poniendo a la venta artículos de decoración y regalo elaborados artesanalmente en madera procedente de bosques sostenibles. Y Óptica 2000 participa en proyectos de cooperación y ayuda a los más necesitados mediante revisiones gratuitas y prescripción de gafas sin cargo. En este sentido, mantiene acuerdos con las ONG Centre Obert Neus Puig de Barcelona, Un somriure per Txernòbil de Mallorca, la Fundació Barraquer y el Centre Universitari de la Visió de la UPC, para prestar asistencia integral visual a personas con pocos recursos económicos.



El Corte Inglés de Serrano (Madrid) iluminado de rosa con motivo del día internacional del cáncer de mama.

Lugar de encuentro de cultura y ocio

Nuestros centros comerciales acogieron durante el pasado ejercicio alrededor de 3.000 actos culturales entre presentaciones de libros, conciertos, firmas de discos, cursos temáticos, talleres, seminarios, exposiciones y conferencias. Ámbito Cultural, la promotora cultural del Grupo El Corte Inglés, cuenta con 22 salas dedicadas a este fin, incluyendo las últimas inauguraciones de Badajoz y Elche. Asimismo, promueve una serie de premios y galardones culturales entre los que destaca el Premio Primavera de Novela que en su última edición le ha correspondido al escritor Carlos Montero por *El desorden que dejas*.

Las actividades infantiles están englobadas en el programa *PitiFlú* que realiza anualmente unas 5.000 animaciones y espectáculos en todos los centros de El Corte Inglés. Los niños entre 3 y 10 años pueden encontrar actividades culturales y educativas adaptadas a su edad, desde cuentacuentos o magia, a talleres de robótica, escultura, laboratorio de pintura, cocina, escuela de baile, maquillaje creativo, etc.

Nuestras líneas de actuación

Acción social

Nuestra sensibilidad hacia las personas que atraviesan situaciones de especial dificultad, nos lleva a canalizar gran parte de nuestros recursos hacia iniciativas de carácter social y solidario. Por eso colaboramos con numerosas ONG e instituciones, impulsando actividades deportivas para personas con discapacidad (Fundación También), apoyando la investigación contra la leucemia infantil (Fundación Unoentrecienmil), ayudando a hacer realidad las ilusiones de niños enfermos (*Make a Wish Spain*) o colaborando con organizaciones que tratan de mejorar la calidad de vida de las personas (Fundación Española del Corazón).

Ayuda al desarrollo

Apoyamos 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, Médicos sin Fronteras, etc. En el ejercicio 2015 también hemos firmado un acuerdo con ACNUR (la Agencia de Naciones Unidas de Ayuda al Refugiado) para el empoderamiento de las niñas en campos de refugiados. Asimismo, hemos colaborado en diversas situaciones de emergencia como el ciclón que arrasó la isla de Vanuatu o el terremoto de Nepal.

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, o el Museu Olímpic i de l'Esport Joan Antoni Samaranch, entre otros. Durante el ejercicio 2015 también hemos patrocinado el Festival PHotoEspaña, concediendo el Premio al Mejor Fotógrafo Revelación.

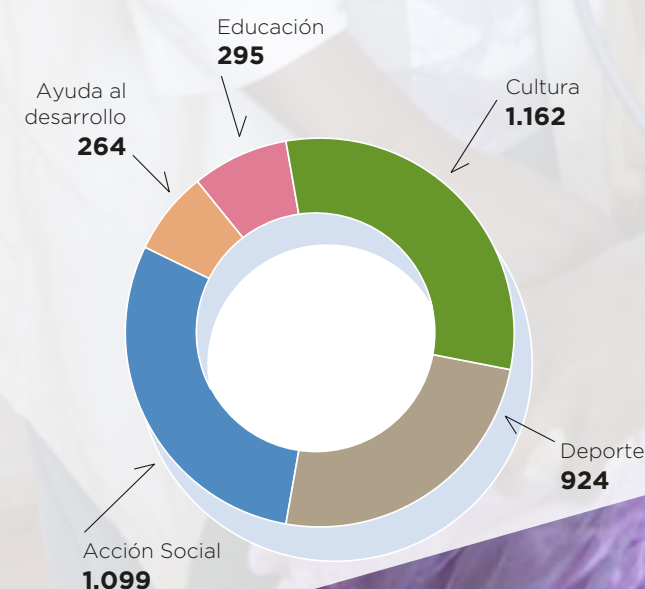
Educación

Creemos que la formación y la educación son 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 2015 patrocinamos los Premios Mashumano a Jóvenes Emprendedores.

Deporte

Apoyamos el deporte porque comparte algunos de nuestros valores como son el trabajo en equipo, la convivencia entre las personas y el espíritu de superación personal. 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 pádel solidarios. En 2015 hemos puesto en marcha el Circuito de *Running* Universitario que pretende fomentar hábitos de vida saludables y el trabajo en equipo; aunque es un circuito orientado a los universitarios, está abierto al público en general.

Actividades realizadas en 2015



Acciones de voluntariado

La Asociación Grupo de Empresas El Corte Inglés (GECI) tiene como objetivo conseguir una relación más cercana entre todos los empleados del Grupo. Cuenta con 12.626 socios y más de 50.500 beneficiarios, y para ello intenta fomentar la participación de los niños y sus familias en las actividades que se desarrollan durante todo el año.

Organizan viajes nacionales e internacionales, cursos de idiomas, actividades culturales y deportivas, con una participación de más de 62.000 personas.

Una de las actuaciones más relevantes del GECI es la relacionada con su participación en causas humanitarias. En el ejercicio 2015 destaca la dotación de material realizada al Hospital de Notre Dame de la Sante en Dschang (Camerún), de reciente creación y regido por Hermanas de la Congregación de las Siervas de María.

Con la Fundación Ana Carolina Díaz Mahou de Enfermedades Mitocondriales se lleva a cabo una campaña de recogida de móviles, con el fin de recaudar fondos para apoyar la investigación de dichas enfermedades. Se ha participado junto a Cáritas España, por segundo año, en el proyecto *Promoción de Agricultura Sostenible a Familias Necesitadas en Mozambique*, dirigido a conseguir una mejora productiva de cultivos y fomentar la agricultura sostenible de familias en situación de pobreza extrema con especial atención a los niños.

Se continúa suministrando más de 500 comidas semanales a personas en riesgo de exclusión social en comedores sociales. GECI ha donado también más de 1.200 kg de alimentos no perecederos a diferentes asociaciones entre las que están Amigos del Pueblo Saharaui, Casa Madre del Redentor, Acampada Dignidad, Comedor Social Trinitarios y Pobres de Nazaret.

Solidaridad en común

Nuestros empleados apoyan de forma voluntaria y solidaria las distintas campañas puestas en marcha por la compañía. Con motivo del Día Mundial de las Enfermedades Raras, El Corte Inglés apoyó una iniciativa de la Federación Española de Enfermedades Raras (Feder) que tuvo una activa participación de los empleados.

Otra de las acciones que se desarrollaron durante 2015 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.

El Corte Inglés

Fundación Ramón Areces

La Fundación Ramón Areces está orientada, desde su constitución en 1976, al fomento y desarrollo de la educación, de la cultura y de la investigación científica y técnica. Desarrolla su actividad en los ámbitos de las Ciencias de la Vida y de la Materia, las Ciencias Sociales y las Humanidades.

La Fundación edita su propia Memoria de Actividades, si bien, por su estrecha vinculación con El Corte Inglés y su importante proyección social, damos testimonio de su actividad dentro de este Informe Anual. En la web www.fundacionareces.es se puede encontrar tanto la Memoria de la Fundación como otra información relevante o de interés general.

La web www.fundacionareces.es facilita información relevante o de interés general sobre las actividades de la Fundación.



Sede de la Fundación Ramón Areces, Madrid.



© 2016 El Corte Inglés, S.A.
Hermosilla, 112.
28009 Madrid
www.elcorteingles.es