

El Corte Inglés

I N F O R M E
N O F I N A N C I E R O
2 0 1 8

El Corte Inglés

I N F O R M E
N O F I N A N C I E R O
2 0 1 8



UN AÑO DE
EL CORTE INGLÉS,
UN AÑO EN LA VIDA
DE LAS PERSONAS

Estamos donde está el cliente.
Estamos cuando nos necesita. Ofreciéndole siempre
calidad, atención, cercanía. Avanzando al ritmo
de sus gustos y necesidades. Acompañándole
de una forma natural.

Somos El Corte Inglés. Estamos
presentes en la vida de nuestros clientes.
Y, cada día, trabajamos y nos esforzamos
para que esto siga siendo así.

ÍNDICE

7	EL GRUPO EL CORTE INGLÉS EN CIFRAS
9	CARTA DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
13	A / BUEN GOBIERNO CORPORATIVO
25	B / EL CLIENTE
43	C / EQUIPO COMPROMETIDO
69	D / CADENA DE SUMINISTRO
87	E / MEDIO AMBIENTE
105	F / SOCIEDAD
121	G / COMENTARIOS POR LÍNEAS DE NEGOCIO
146	SOBRE ESTE INFORME
151	ÍNDICE DE CONTENIDOS REQUERIDOS POR LA LEY 11/2018 E INDICADORES GRI
166	INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME NO FINANCIERO CONSOLIDADO



EL GRUPO EL CORTE INGLÉS EN CIFRAS

PRINCIPALES CIFRAS 2018

€	15.783 Millones de euros de facturación (+1,1% con respecto a 2017*)	258 Millones de euros de beneficio neto consolidado (+27,7% con respecto a 2017)	396 Millones de euros en inversiones
👥	90.004 Plantilla física (89% empleados fijos)	2.567 Millones de euros en gastos de personal	MÁS DE 1,7 Millones de horas de formación
🛒	MÁS DE 1.900 Puntos de venta	MÁS DE 2,4 Millones de referencias activas en <i>retail</i>	MÁS DE 700 Millones de visitas anuales a nuestros centros
📦	12.516 Millones de euros en volumen de compra	61.834 Proveedores	3.346 Auditorías a fábricas de proveedores

*Algunas de las partidas del ejercicio 2017 se han modificado a efectos comparativos tras la venta de Óptica 2000 y la contabilización de determinados ingresos promocionales como menos aprovisionamientos.

PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTIVIDAD DEL GRUPO EL CORTE INGLÉS



Para más información véase el capítulo *Comentarios por líneas de negocio*.



CARTA DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

El Grupo El Corte Inglés ha concluido el ejercicio 2018, cerrado a 28 de febrero de 2019, reafirmando su fortaleza empresarial y consolidando su posición como líder europeo de grandes almacenes y como referente en aquellos sectores en los que opera: la distribución, las agencias de viajes, los seguros y las tecnologías de la información, entre otros.

En 2018, el Grupo ha alcanzado una cifra de negocios consolidada de 15.783 millones de euros, lo que supone un incremento del 1,1% respecto al año anterior. El beneficio consolidado ha aumentado un 27,7% hasta alcanzar los 258,2 millones de euros, mientras que el Ebitda se situó en casi 1.075 millones, un 2,2% más que el ejercicio precedente. Todo ello refleja la positiva evolución del negocio y los avances en la gestión que se están llevando a cabo.

Uno de los aspectos más destacados del ejercicio es el relacionado con el gobierno corporativo donde hemos realizado importantes avances. En 2018 culminó la reorganización de la alta dirección con el nombramiento de Jesús Nuño de la Rosa como Presidente y de Víctor del Pozo como Consejero Delegado. También se completó la composición del Consejo de Administración con la designación de Carlota Areces, en representación de Corporación Ceslar, S.L., y Fernando Becker como nuevos consejeros.

La estructura de buen gobierno está garantizada por la Comisión de Auditoría y Control, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones y la Comisión de Responsabilidad Social Corporativa. Si en 2017 se pusieron en marcha el Código Ético, el Canal Ético y el Estatuto de la Función de Cumplimiento Normativo, en junio de 2018 se aprobó el Procedimiento Corporativo para la Gestión de Conflictos de Interés, en noviembre se creó el Comité de Sostenibilidad de Compras y en diciembre la Guía de Productos Sostenibles. Todo ello, con la finalidad de alcanzar el máximo nivel de exigencia ética, que insistimos en calificar como irrenunciable.

Pero 2018 ha sido también uno de los años de mayores y más profundas transformaciones en nuestro modelo de negocio. Primero, por los importantes avances en el desarrollo de la omnicanalidad, que permite la integración de la tienda física y la digital con un resultado muy alentador para el futuro del comercio electrónico. La combinación de los dos modelos de tienda, más las nuevas instalaciones logísticas, han conseguido que el negocio online de El Corte Inglés se haya incrementado en un 17,4% en número de pedidos y un 19,7% en facturación.

Segundo, hemos impulsado una nueva transformación del gran almacén. Comenzó siendo un lugar de compras que revolucionó el comercio español. Posteriormente se convirtió con gran éxito en lugar de compras y servicios. Y, en este ejercicio, hemos dado un paso más y más ambicioso: convertirlo en lugar de encuentro y de experiencias con espacios de realidad virtual, gimnasios, centros estéticos, *personal shopper*, ludotecas infantiles, dinamización cultural o atractivas experiencias gastronómicas.

Y tercero, hemos profundizado en la responsabilidad social del Grupo, de acuerdo con unos principios basados en criterios éticos irrenunciables, compromisos con el cliente, respeto a los derechos de los empleados, colaboración con los proveedores, transparencia, cuidado de la calidad en productos y servicios, vinculación con la sociedad y la atención a nuevas necesidades sociales, como la protección del medio ambiente y la contribución al desarrollo sostenible.

El Corte Inglés, en sus casi ochenta años de historia, se ha considerado siempre una organización de servicios, un concepto que supera al de empresa meramente comercial. Su evolución, su desarrollo, su implantación, su capacidad de creación de empleo y de promoción de riqueza y su presencia en acontecimientos de relieve e interés público, han hecho que sea una de las marcas de referencia en el tejido empresarial.

Estamos en un entorno económico y social ágil y cambiante, y desarrollamos nuestra actividad principal en un sector muy activo al que continuamente se incorporan nuevos competidores. Esto nos permite ver los riesgos como oportunidades, y afrontar los retos desde una perspectiva de renovación continua. Por ello creamos e impulsamos nuevos conceptos comerciales que nos ayudan a mantener nuestra estrecha vinculación con la sociedad.

Ese entendimiento de nuestra actividad lo aplicamos a la atención y garantía que ofrecemos a nuestros clientes. Y lo hacemos como siempre lo hemos hecho: con atención personalizada, con excelencia en el trato y en el servicio, con diálogo fluido, con precios competitivos, con facilidades de pago, con la búsqueda de la satisfacción plena en cada operación de compra. Unos objetivos que hemos conseguido porque, después de encuestar a 62.000 personas a lo largo del año, el nivel de aprobación del servicio alcanza los 9,3 puntos sobre 10.

A ese cliente le ofrecemos, además, la mejor y más amplia oferta de productos, capaz de cubrir todas sus necesidades, con especial preocupación por las personas que requieren atenciones especiales, por los productos y servicios sostenibles y por los criterios ecológicos. En el año 2018, las referencias de *retail* ascendieron a 2,4 millones. Todas, de alta calidad, trazabilidad conocida, seguridad y garantía.

Para garantizar esas cualidades, así como el cumplimiento de una serie de requisitos éticos, El Corte Inglés realiza a sus suministradores de marca propia auditorías sobre aspectos ambientales, sociales y de buen gobierno. En 2018 se han realizado un total de 3.346 auditorías para verificar el cumplimiento de nuestro Código de Conducta para Proveedores, una exigencia que ha de acatar cualquier empresa que quiera trabajar con nosotros. Asimismo, instamos a nuestros socios comerciales a que suscriban los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, al que estamos adheridos desde 2004 y que, un año más, hemos vuelto a renovar.

Los proveedores son uno de los pilares fundamentales de cualquier empresa comercial y la garantía de la calidad en los productos y de la eficacia para servirlos con rapidez y buena presentación. Las claves del acierto radican en su correcta elección, en la colaboración constante, en la lealtad y en la coincidencia en principios y objetivos. Pero El Corte Inglés tiene otra ambición: que sus instalaciones sean un escaparate de la producción nacional tanto en España como en Portugal y sirvan para el desarrollo de ambas economías.

De los 61.834 proveedores que surten nuestras tiendas, 42.857 son españoles y del volumen total de compras de nuestro Grupo (12.516 millones de euros en 2018), 10.499 millones proceden de proveedores españoles. Respecto a Portugal, donde disponemos de 2 grandes almacenes, 6 tiendas Supercor y 2 centros de oportunidades y 28 agencias de viajes, 3.000 proveedores son empresas portuguesas. El Corte Inglés se consolida así como motor de la economía de los dos países.

El otro pilar es el equipo humano, cara visible de la organización. Durante el ejercicio hemos tratado de atraer el talento joven, y el 40% de las 1.852 personas incorporadas con contrato indefinido son menores de 30 años. Queremos equipos bien preparados, y para ello se invirtieron en formación 25 millones de euros y se impartieron cursos que ocuparon 1,7 millones de horas. Se trata de dotar a nuestros empleados de los conocimientos técnicos que demanda una sociedad muy avanzada tecnológicamente y que requiere la vocación innovadora del Grupo. Estamos a la vanguardia de las últimas tecnologías y queremos que nuestros profesionales sean especialistas y referentes en cada línea de negocio.

Nuestro personal se distingue por su alta permanencia y fidelidad. Hemos continuado la promoción interna, con 2.197 profesionales ascendidos, de los cuales el 52% son mujeres, y mantenemos una política de recursos humanos orientada a la diversidad cultural, al desarrollo local, a la integración de personas con discapacidad, a la diversidad LGTB, a la igualdad de oportunidades, a la salud, y al equilibrio de género, con el objetivo de que el 50% de los nuevos puestos de mando sean mujeres.

Como empresa comprometida y responsable, tenemos una actitud activa ante el deterioro del medio ambiente y el cambio climático. Hemos fijado 2022 como fecha para alcanzar la meta del Residuo Cero, ya alcanzada en los centros comerciales de Galicia. Somos la primera empresa comercial que ha obtenido ese certificado. Además, durante 2018 hemos reducido un 4% el consumo de energía eléctrica, un 7% en el consumo de agua y un 70% las

emisiones de CO₂. Seguiremos en esa línea con actuaciones tan diversas como la recogida de aparatos eléctricos y electrónicos, el reciclaje de cartones de embalaje o el uso de energías limpias garantizadas.

De cara al futuro, nuestra apuesta es la innovación en todos los órdenes de nuestra actividad. Estamos impulsando la transformación del gran almacén para convertirlo en lugar de experiencias que permita al cliente encontrar nuevas sensaciones y vivencias. Los aficionados al deporte disponen de actividades interactivas, juegos de realidad virtual, simuladores de ejercicio físico, análisis de pisada y servicios de asesoría y estilismo. El cuidado de la salud y belleza incorpora centros médicos, peluquerías, manicura, medicina estética, dentistas, ortopedia o podología. La moda se enriquece con asesoramiento personalizado gratuito. La gastronomía ya cuenta con casi 400 espacios, entre ellos 98 cafeterías, 40 restaurantes, 10 Gourmet Experience y las nuevas creaciones de la Plaça Gastro Mercat, los bistrós y La Taberna, además de contar con un plantel de 15 estrellas Michelin y una apuesta por la cocina tradicional española. La cultura tiene su escenario en las 21 salas de Ámbito Cultural, con 2.500 actuaciones y más de 150.000 asistentes a sus actos. Y el público infantil cuenta con espacios de ocio, ludotecas, zonas de recreo y multitud de actividades en las que este año han participado 40.000 niños.

El Corte Inglés es una organización viva, innovadora, comprometida con la sociedad que la acoge y con un alto sentido de su responsabilidad corporativa. Su actividad como empresa es la comercial y, como tal, busca la rentabilidad a partir de principios de gran calidad, excelente servicio, surtido suficiente para resolver todas las necesidades de consumo, innovación constante y garantía plena. Una organización que se siente implicada con su entorno y con el desarrollo económico, social, cultural y medioambiental. Cada tienda es un colaborador leal de la comunidad, que promueve o patrocina actuaciones de interés público.

Con esa finalidad colaboramos con las Administraciones Públicas y organizaciones privadas. Tenemos suscritos convenios de cooperación con los Bancos de Alimentos, Cáritas, Cruz Roja, Unicef, AECC, WWF, o las fundaciones Integra e Inserta. En 2018 patrocinamos un millar de eventos deportivos e impulsamos actividades culturales en la mayoría de las ciudades españolas. También desarrollamos acciones sociales con la infancia y la juventud y estamos presentes en multitud de iniciativas relacionadas con la salud, el bienestar, la sostenibilidad y la solidaridad.

En definitiva, somos un grupo empresarial que mira a la sociedad con compromiso de futuro y que asume como propios los retos que figuran en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas, especialmente aquellos con los que nos sentimos más identificados. Estos ODS son el referido a producción y consumo responsable (número 12), el relativo a recursos humanos, igualdad, conciliación y diversidad (número 5), el relacionado con los derechos humanos, el trabajo decente y el crecimiento económico (número 8), y el que versa sobre la eficiencia en los consumos y la acción por el clima (número 13).

En este marco de compromiso amplio, queremos aprovechar para dar las gracias a clientes, proveedores, accionistas, y a todos y cada uno de nuestros empleados, por asumir y poner en práctica los principios de nuestra cultura empresarial.



Víctor del Pozo



Jesús Nuño de la Rosa

UN FUTURO DE
TRANSPARENCIA Y
SOSTENIBILIDAD



A

BUEN GOBIERNO CORPORATIVO

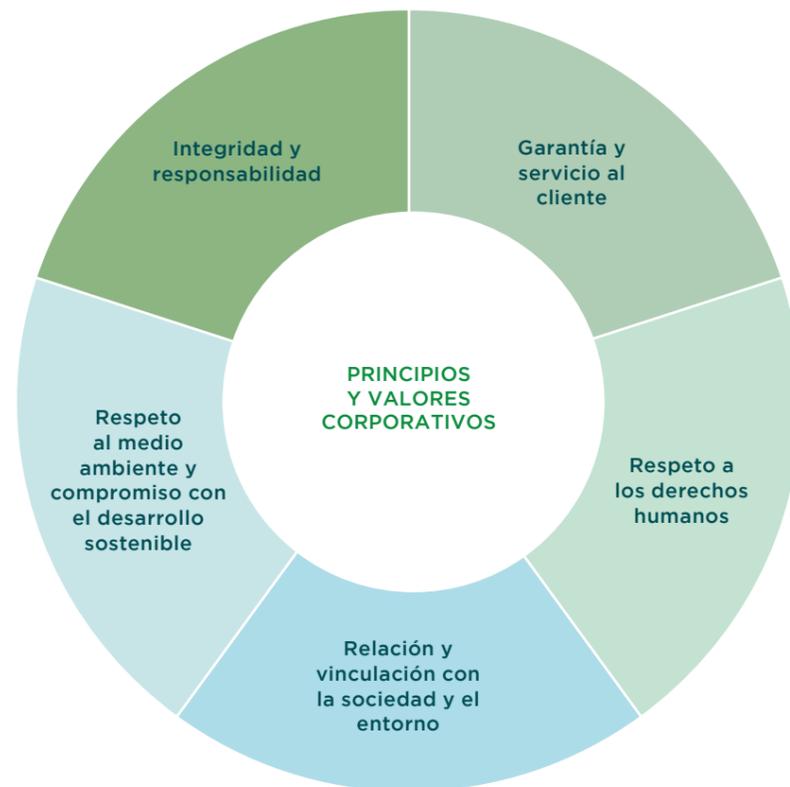
Todas las empresas que componen el Grupo El Corte Inglés mantienen una conducta respetuosa con las normas y regulaciones legales que les son de aplicación, y un comportamiento ético acorde con los valores reflejados en el Código Ético corporativo.

NUESTROS PRINCIPIOS, VALORES Y COMPROMISOS

Nuestro modelo empresarial se sustenta sobre los principios éticos y responsables de compromiso con el cliente, colaboración sincera con los proveedores, respeto hacia los empleados, rendición de cuentas a los accionistas y vinculación con la sociedad, que forman parte de nuestra cultura empresarial.

En el Grupo El Corte Inglés creemos que el comportamiento ético de nuestros equipos es un requisito indispensable para garantizar y salvaguardar el equilibrio entre los objetivos de nuestras actividades y las expectativas de nuestros grupos de interés. Por ello contamos con un Código Ético que recoge nuestros criterios básicos de actuación y nuestros compromisos como empresa, siendo de obligado cumplimiento para el desempeño de las actividades profesionales de nuestros empleados y directivos.

Principios y valores corporativos



Este Código se complementa con diversas políticas corporativas que establecen los principios de comportamiento que deben seguir los empleados del Grupo en aspectos específicos. Un ejemplo de ello es el Procedimiento Corporativo para la gestión de los conflictos de interés aprobado por el Consejo de Administración de El Corte Inglés, en junio de 2018, a propuesta de la Comisión de Auditoría y Control. El objeto de este Procedimiento es establecer los cauces adecuados para que, ante situaciones de potencial conflicto de interés, se solucione el mismo sin efectos negativos hacia la actividad empresarial, los principios éticos en que la misma se desarrollan y los legítimos intereses de los afectados. La vigilancia del cumplimiento de este Procedimiento corresponde a la Comisión de Auditoría y Control, por ser el órgano competente en esta materia.

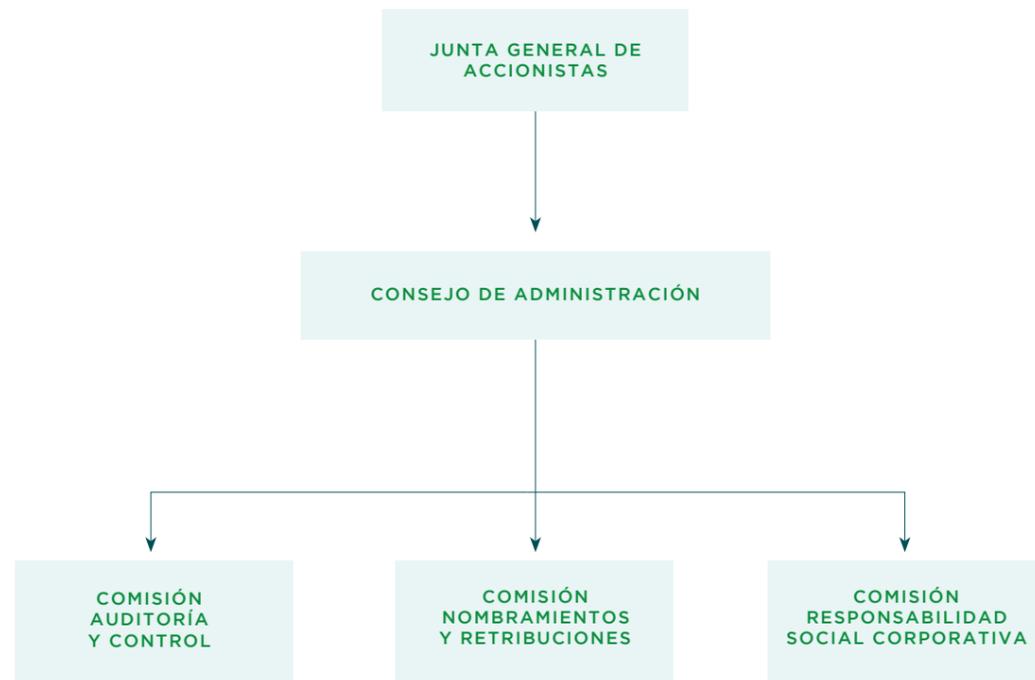
Este procedimiento se ha incorporado al cuerpo de Políticas Generales del Grupo que están disponibles en la web (www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es/gobierno-corporativo/etica-y-cumplimiento/politicas-corporativas). Este cuerpo está formado por las siguientes políticas corporativas:



También en el ejercicio 2018 se ha implantado el nuevo Canal Ético, que permite la comunicación confidencial y directa de los empleados, así como de otras partes interesadas, para informar de posibles comportamientos irregulares o contrarios a la legalidad, al Código Ético del Grupo o a cualquier otra normativa interna aplicable. Durante el ejercicio se han recibido 64 comunicaciones de las cuales 28 han sido estimadas para su estudio por el responsable de la Función de Cumplimiento.

A / 2 LAS MEJORES PRÁCTICAS

El Corte Inglés, como Entidad de Interés Público, procura seguir todas aquellas buenas prácticas de gobierno corporativo que le resulten aplicables. Nuestro modelo de Gobierno Corporativo está liderado por un Consejo de Administración, en cuyo seno se han constituido varias comisiones delegadas alineadas con la mayoría de las recomendaciones del Código de buen gobierno de las sociedades cotizadas: Comisión de Auditoría y Control, Comisión de Nombramientos y Retribuciones y, Comisión de Responsabilidad Social Corporativa. La creación de estas dos últimas fue aprobada en los Consejos de Administración de junio y septiembre de 2018, respectivamente.



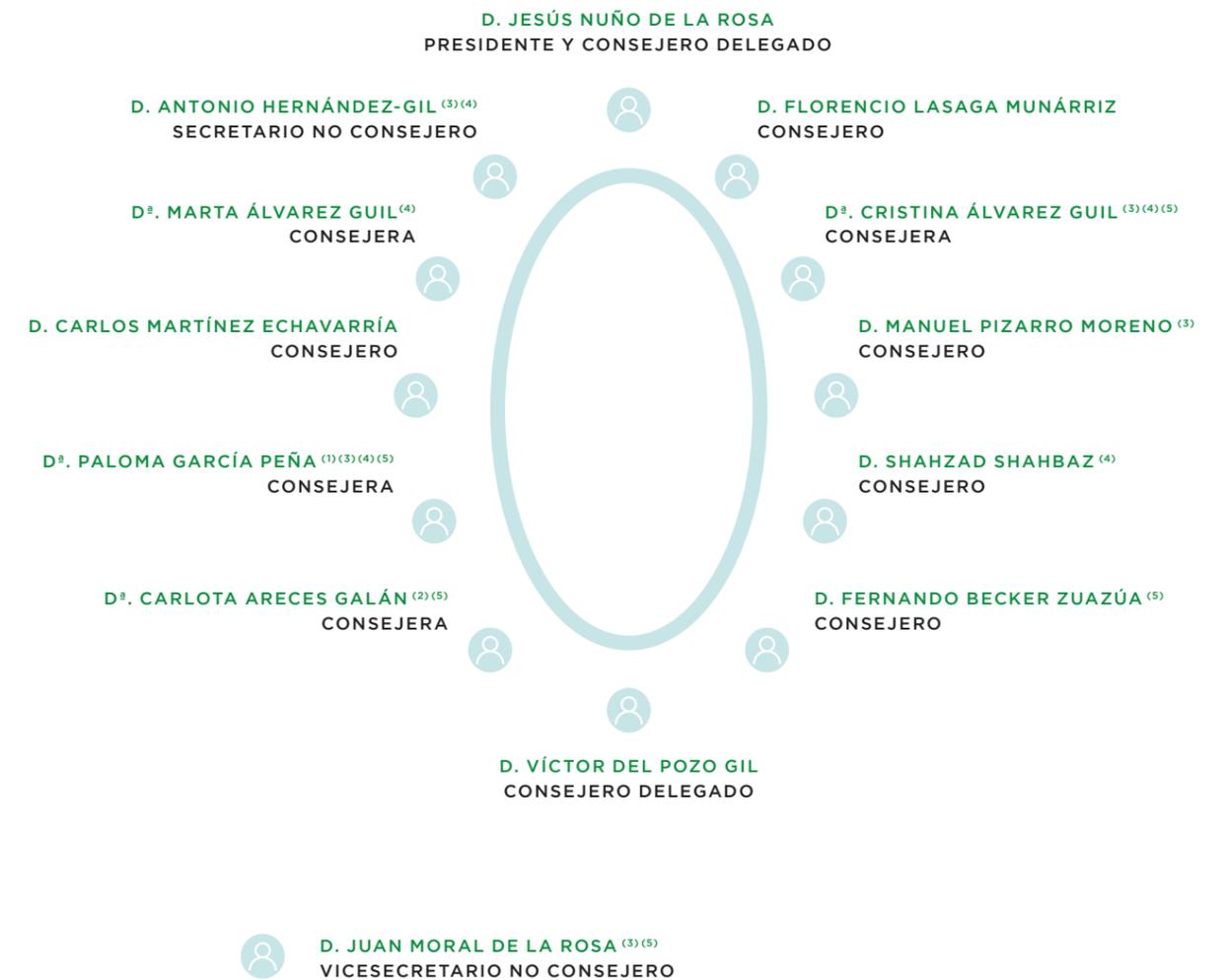
En cuanto a la composición del Consejo, en la sesión del 14 de junio de 2018, se decidió por unanimidad nombrar presidente del Grupo a Jesús Nuño de la Rosa, quien cuenta con un amplio y dilatado conocimiento sobre el mundo de la empresa y de las finanzas. Gran parte de su experiencia proviene de Viajes El Corte Inglés donde fue director general desde 1998 hasta su nombramiento como consejero delegado del Grupo El Corte Inglés en octubre de 2017. Sustituyó en el cargo a Dimas Gimeno, quien también causó baja en el Consejo de Administración en agosto de 2018.

Por su parte, Víctor del Pozo, como consejero delegado, gestiona el desarrollo del negocio y cuenta con una amplia experiencia en el ámbito de la distribución comercial, habiendo pasado por diversas áreas del Grupo al que lleva vinculado más de 25 años.

También en junio de 2018 el Consejo de Administración aprobó el nombramiento de Juan Moral como Vicesecretario del Consejo, para apoyar y reforzar la Secretaría del Consejo.

Finalmente, en agosto de 2018 se incorporó al Consejo de Administración Carlota Areces, en representación del accionista Corporación Ceslar, S.L. y, como consejero independiente, Fernando Becker, lo que ha permitido mejorar las capacidades globales del Consejo y fortalecer su autonomía.

Consejo de Administración a 28 de febrero de 2019



(1) Representante de Cartera Mancor, S.L.
 (2) Representante de Corporación Ceslar, S.L.
 (3) Miembros de la Comisión de Auditoría y Control (CAC).
 (4) Miembros de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones (CNR).
 (5) Miembros de la Comisión de Responsabilidad Social Corporativa (CRSC).

REMUNERACIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

La remuneración media percibida en su calidad de consejeros de El Corte Inglés, S.A., sin considerar indemnizaciones¹ y teniendo en cuenta la retribución por pertenencia a otros Consejos de sociedades del Grupo, ha sido la siguiente:

	Mujeres	Hombres
Retribución media del Consejo de Administración en 2018	1.340.433,97€	1.438.258,98€

En cuanto a la Alta Dirección, la remuneración media percibida a lo largo del ejercicio se indica a continuación:

	Mujeres	Hombres
Retribución media de la Alta Dirección en 2018 ²	242.396€	270.517€

COMISIÓN DE AUDITORÍA Y CONTROL

La Comisión de Auditoría y Control (CAC), órgano permanente de carácter informativo y consultivo, sin funciones ejecutivas, y con facultades de información, asesoramiento y propuesta dentro de su ámbito de actividad, sigue también las mejores prácticas de Gobierno Corporativo. Está formada por un consejero independiente, que ejerce de presidente, Manuel Pizarro, y dos consejeras dominicales, Cristina Álvarez y Paloma García. Antonio Hernández-Gil y Juan Moral actúan como Secretario y Vicesecretario, respectivamente. Las competencias generales de esta Comisión son, principalmente:

- Supervisar la eficacia del control interno, la auditoría interna y los sistemas de gestión de riesgos.
- Supervisar el proceso de elaboración y presentación de la información financiera preceptiva.
- Elevar al Consejo las propuestas de selección, nombramiento, reelección y sustitución del auditor de cuentas.
- Recibir del auditor externo información sobre su independencia, sobre el proceso de auditoría de cuentas y emitir un informe sobre la independencia del auditor.

1. El importe total de indemnizaciones en el ejercicio 2018 asciende a 11.700.000,00€ correspondiendo exclusivamente a hombres. Sobre esta base el cálculo de la retribución media considerando dichas indemnizaciones sería para las mujeres de 1.340.433,97€, y para los hombres de 3.104.925,64€. La retribución regular de los miembros del Consejo de Administración comprende una cuota por asignación y asistencia a comisiones y, en los consejeros que son miembros de la plantilla de la empresa, otra parte de sueldos y salarios. Ninguno de los consejeros es beneficiario de compromisos en materia de pensiones o premios de jubilación, ni de seguros de vida.

2. Incluyendo retribución variable, dietas, indemnizaciones, pago a los sistemas de previsión a largo plazo y cualquier otra percepción.

- Informar al Consejo sobre la información financiera, la creación o adquisición de participaciones en entidades de propósito especial y las operaciones con partes vinculadas.

En su labor de supervisión, la CAC se apoya, principalmente, en la función de Auditoría Interna, así como en la función de Cumplimiento Normativo para revisar las reglas de gobierno corporativo, códigos internos de conducta, cumplimiento normativo externo y canal de denuncias.

COMISIÓN DE NOMBRAMIENTOS Y RETRIBUCIONES

La Comisión de Nombramientos y Retribuciones (CNR), órgano permanente, sin funciones ejecutivas, y con facultades de información, asesoramiento y propuesta dentro de su ámbito de actividad, está formada por cuatro consejeros: Marta Álvarez, Cristina Álvarez, Paloma García y Shahzad Shahbaz. El Secretario de la misma es Antonio Hernández-Gil. Las principales competencias de esta Comisión son:

- Evaluar las aptitudes, conocimientos y experiencia necesarios en el Consejo de Administración.
- Elevar al Consejo de Administración las propuestas de nombramiento de consejeros para su designación, así como las propuestas para la reelección o separación de dichos consejeros por la Junta.
- Proponer al Consejo de Administración la política de retribuciones de los consejeros y de la alta dirección y revisarla periódicamente.



COMISIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

La Comisión de Responsabilidad Social Corporativa (CRSC), es un órgano permanente, sin funciones ejecutivas y con facultades de información, asesoramiento y propuesta dentro de su ámbito de actividad. Está formada por un consejero independiente, que ejerce de presidente, Fernando Becker, y tres consejeras, Cristina Álvarez, Paloma García y Carlota Areces. El Secretario de la misma es Juan Moral. Las principales competencias de esta Comisión son:

- La aprobación de la Política Corporativa de RSC.
- La supervisión de la ejecución del Plan Director de RSC y sus compromisos con todos nuestros grupos de interés: clientes, empleados, proveedores, la sociedad y el medio ambiente.
- La definición del propósito de marca corporativa, así como el análisis de riesgos tanto reputacionales como ambientales, sociales y de gobierno.
- La supervisión del Informe No Financiero, el Informe de Progreso con respecto al Pacto Mundial de Naciones Unidas y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

La Comisión de RSC se encarga de acercar la sostenibilidad a nuestros clientes y ha determinado que las empresas del Grupo desarrollen la estrategia de RSC del Grupo, determinando sus propios planes directores y definiendo sus programas de actuación prioritaria, de forma sinérgica y coordinada.

Estructura accionarial a 28 de febrero de 2019

Los accionistas con una participación superior al 10% en la estructura accionarial de El Corte Inglés son la Fundación Ramón Areces, con una participación del 37,39%, la Sociedad Cartera de Valores IASA, S.L., con una participación del 22,18% y PrimeFin, S.A., con una participación del 10,33%.

A / 3

CUMPLIMIENTO NORMATIVO CON UN ENFOQUE PREVENTIVO

La función de Cumplimiento de nuestro Grupo tiene como principal objetivo asegurar el cumplimiento de la normativa, las políticas y regulaciones internas vigentes, siendo por tanto sus principales competencias las relativas a:

1. La aplicación y difusión del Código Ético y la gestión del Canal Ético.
2. La prevención de delitos o infracciones y la lucha contra la corrupción y el fraude.

El Plan de trabajo de la función de Cumplimiento durante 2018 ha estado centrado en seguir profundizando en la prevención, la formación y la difusión de los valores y principios de comportamiento del Grupo para la mitigación de los riesgos de cumplimiento normativo y, para ello se ha priorizado en:

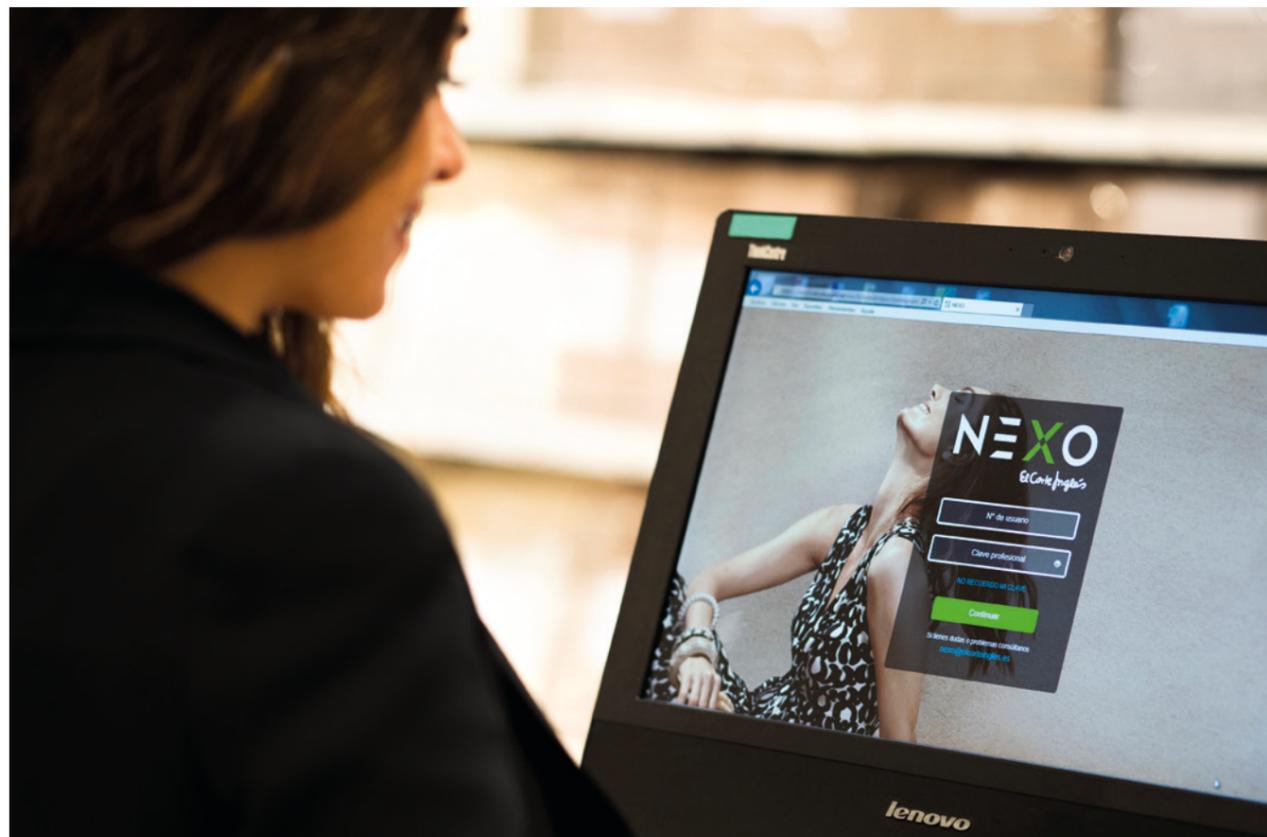
- La identificación de actividades de riesgo de incumplimiento, establecimiento de controles y gestión de los mismos.
- La implantación de políticas y procedimientos que faciliten el conocimiento de las líneas de actuación y el desempeño responsable.



- La implantación del modelo de cumplimiento normativo en Informática El Corte Inglés España y Viajes El Corte Inglés España.
- La profundización de la cultura de cumplimiento normativo y de conocimiento del Código Ético, a través de mensajes y cursos formativos.

Formación en Código y Canal Ético	Número
Empleados formados	55.630
Horas impartidas	37.840

Como resultado de estos trabajos, durante el ejercicio 2018 no se han recibido sanciones monetarias significativas por incumplimiento de ninguna legislación aplicable.



A / 4

INFORMACIÓN PARA EL ACCIONISTA

Conforme a los principios de transparencia y protección de los intereses de los accionistas que guían nuestra actuación, el canal principal para informar a los accionistas es la Junta General de Accionistas.

No obstante, con el fin de asegurar la difusión de la información de interés para los accionistas de forma periódica, se ha puesto a su disposición, a través de la intranet corporativa, NEXO, la información financiera y no financiera correspondiente a cada ejercicio económico.

En este canal de comunicación los accionistas tienen a su disposición, entre otras informaciones, las Memorias e Informes Anuales de los últimos ejercicios.



ESTAMOS
PRESENTES EN LA
VIDA DE NUESTROS
CLIENTES

B

EL CLIENTE

Nuestros clientes son el eje sobre el que pivota nuestro modelo de negocio y su satisfacción es nuestra máxima prioridad. Trabajamos día a día para ganarnos y mantener su confianza a través de un amplio surtido de productos de calidad con altos niveles de control y seguridad, mediante la atención personalizada y el servicio, con especialización y diferenciación, y apostando por la sostenibilidad.

Nos gusta sentirnos cerca de nuestros clientes y nos ponemos a su disposición para establecer un diálogo fluido que nos permita mejorar nuestra respuesta como Grupo.

MÁS DE
700
MILLONES DE
VISITAS A NUESTRAS TIENDAS

MÁS DE
410
MILLONES DE
VISITAS A NUESTRAS WEBS

MÁS DE
2,4
MILLONES DE
REFERENCIAS EN *RETAIL*

3,3
MILLONES DE
SEGUIDORES EN NUESTRAS
REDES SOCIALES

11
MILLONES DE USUARIOS
DE TARJETAS DE COMPRA
EL CORTE INGLÉS

62.000
ENCUESTAS A CLIENTES

NUESTRA
CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO
SOSTENIBLE

A TRAVÉS DE...

– OFERTA DIVERSA, SOSTENIBLE
Y DE MÁXIMA CALIDAD

– EXCELENCIA
EN EL SERVICIO

– MEJORA CONTINUA
Y DIÁLOGO PERMANENTE

OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE
VINCULADO



La garantía y la calidad de nuestros productos y servicios son el mejor aval para que los clientes confíen en nosotros. Nuestro lema, "Si no queda satisfecho, le devolvemos su dinero", nos afianza en estos compromisos.



Responsablemente es el sello que ha creado el Grupo El Corte Inglés para identificar todas aquellas comunicaciones y actuaciones relacionadas con acciones de RSC llevadas a cabo por la compañía.

Un sello que creamos porque:

- 1
Somos una empresa responsable en todos nuestros ámbitos de actuación y con todos nuestros grupos de interés.
- 2
Estamos comprometidos con los clientes, los empleados, los proveedores, la sociedad y con el medio ambiente.
- 3
Queremos dar visibilidad a las buenas prácticas de nuestros aliados en Responsabilidad Social Corporativa.

LA OFERTA MÁS DIVERSA Y DE MÁXIMA CALIDAD

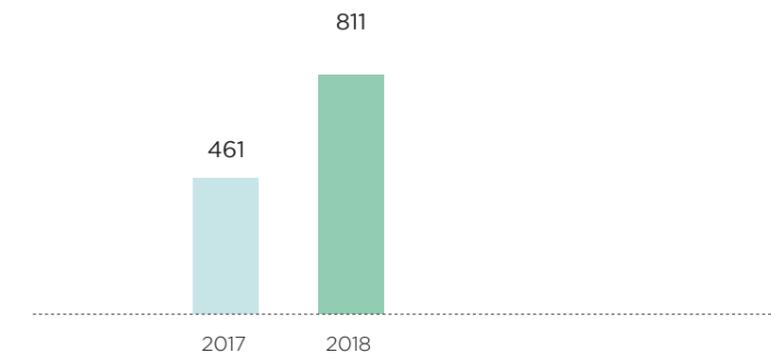
CALIDAD

En nuestro sello está la calidad. Por ello contamos con una importante estructura de profesionales que dedican sus esfuerzos a garantizar los más altos estándares de calidad, trazabilidad y seguridad en nuestros productos y servicios. Los clientes esperan de nosotros la excelencia de nuestra oferta, y lo asumimos como un reto a nuestro alcance, entendiendo además la sostenibilidad como parte de la calidad integral.

Nuestro compromiso, más allá del cumplimiento normativo, está con el cliente. Buscamos satisfacer sus expectativas realizando actividades de validación y mejora continua de los productos. En este sentido, organizamos por ejemplo, paneles de cata con consumidores habituales.

A lo largo de 2018, nuestros expertos en calidad han continuado realizando controles, auditorías y ensayos en gran parte de los productos que comercializamos. Casi hemos duplicado el número de auditorías de seguridad alimentaria e higiénico-sanitarias realizadas en este ejercicio, alcanzando la cifra de 811 auditorías de este tipo en 2018.

Número de auditorías de seguridad alimentaria e higiénico-sanitarias



También hemos puesto en marcha un plan de control analítico unificado para todos los establecimientos de alimentación del Grupo, que tiene en cuenta las diferentes actividades que se realizan en cada tienda de Supermercado El Corte Inglés, Hipercor y Supercor. Este plan complementa y refuerza el trabajo de auditorías de seguridad alimentaria que venimos realizando y que ya han quedado implantadas en toda nuestra organización, incluyendo las tiendas de alimentación de pequeño formato Supercor Exprés.

Para asegurar la calidad de nuestros productos, disponemos de un laboratorio especializado que da cobertura a todos los productos que elaboramos en nuestra cocina central y obradores. Además, se ocupa del control de los productos de marca propia. En cuanto a nuestras marcas propias de droguería, limpieza e higiene, hemos contratado un laboratorio externo que, más allá del cumplimiento de la legislación, verifica las características acordadas con nuestros proveedores y asegura la calidad.

A lo largo del ejercicio hemos llevado a cabo 565 análisis en productos de marcas propias, requisito imprescindible para que puedan seguir formando parte de nuestra oferta comercial.

Trabajamos con proveedores de prestigio que, en el caso de alimentación de marca propia, disponen de un certificado de seguridad alimentaria conforme a estándares reconocidos por GFSI (Global Food Safety Initiative).

Entre las distintas líneas de actuación en materia de calidad, seguimos trabajando en la reformulación de recetas, estableciendo criterios responsables para evaluar la composición de los productos. Estamos comprometidos con un estilo de vida y una dieta saludable, y por ello impulsamos prácticas como la sustitución del aceite de palma o la reducción del contenido en sal, azúcares y grasas saturadas. En ese sentido, colaboramos con el Ministerio de Sanidad en el acuerdo de mejora de la composición de los alimentos y bebidas para conseguir una alimentación más equilibrada.

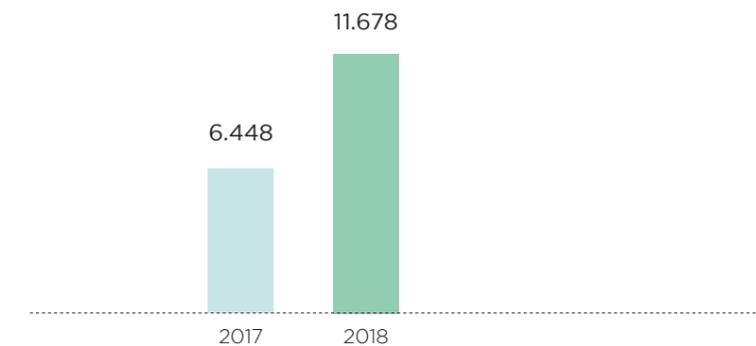
En el ámbito textil también contamos con un laboratorio propio que analiza tanto prendas de moda como artículos del hogar. Asimismo, incluimos en nuestros análisis productos comercializados por El Corte Inglés Empresas.

Hemos lanzado un modelo de ensayos y puntuación que nos permite valorar, de forma objetiva, la calidad de nuestras prendas en comparación con otras empresas del sector. También estamos trabajando en una herramienta para mejorar el control en la confección de las prendas que compramos a terceros, categorizando a los proveedores en función de los resultados obtenidos en informes de inspección y cumplimiento de los estándares establecidos por el Grupo.

El número de informes para controlar la ausencia de sustancias no permitidas en prendas y artículos textiles (legislación del Registro de Sustancias y Mezclas Químicas (REACH) y estándares propios) ascendió a más de 11.500 en 2018.



Número de informes de control de ausencia de sustancias no permitidas en prendas textiles



Nuestra gestión, en este ámbito, se extiende por toda la cadena de suministro, existiendo controles de calidad en los procesos de compra y aprovisionamiento del Grupo para asegurar que nuestros fabricantes cumplen las especificaciones necesarias. Asimismo, desde 2016 disponemos de un sistema de inspecciones con personal propio dirigido a los fabricantes, que ha permitido mejorar nuestro marco de colaboración. En 2018 se han realizado 60 inspecciones de este tipo.

Contamos con sistemas de gestión de la calidad en algunas de nuestras líneas de negocio certificadas bajo normativa internacional, como la ISO 9001:2015. En el caso de El Corte Inglés Empresas, además, estamos trabajando en implementar un tercer sistema de calidad (sumado a las certificaciones de procesos ER-1006/2011 y ER-0207/1997 de la ISO 9001:2015) que certifique la producción de uniformidad militar y civil para dar respuesta a las demandas de numerosas empresas, administraciones públicas y reguladores.

SURTIDO

Trabajamos para ampliar nuestra oferta con el objetivo de cubrir las necesidades de cualquier cliente; en 2018 hemos aumentando el número de referencias totales de *retail* hasta alcanzar los 2,4 millones.

Además de contar con destacadas referencias internacionales, en nuestros centros comerciales impulsamos la presencia de productos locales. En el área de alimentación, por ejemplo, se puede encontrar una amplia gama de productos de gastronomía local y certificados con sellos de denominación de origen, llegados desde distintas zonas geográficas.

Productos para personas con necesidades especiales

No nos olvidamos de los colectivos con necesidades especiales e incluimos en nuestra oferta productos multiculturales, dando cabida a las minorías culturales y étnicas presentes en los mercados en los que operamos. Por ello, ponemos a disposición del consumidor 378 referencias de productos que cumplen con los preceptos kosher y halal.

En alimentación, somos un referente para aquellas personas que precisan productos específicos a la hora de realizar su compra diaria. A lo largo de 2018 hemos ampliado nuestro surtido de referencias propias aptas para celíacos y diabéticos, productos sin lactosa y free from³, y contamos con casi 4.000 referencias para atender las necesidades especiales de nuestros clientes.

3. Productos dietéticos que no contienen gluten, lactosa, huevos ni trazas de frutos secos.

Además, el ejercicio pasado incorporamos a nuestro espacio Gourmet Experience de Gran Vía (Madrid), Celicioso, el primer *bakery* especializado con una carta 100% apta para celíacos.

Tenemos en cuenta a todos los colectivos de la sociedad y, por ello, focalizamos nuestros esfuerzos en dar un servicio personalizado que satisfaga a los diferentes tipos de clientes para llegar a todos los públicos. Así, en Viajes El Corte Inglés contamos con un servicio pensado para las personas mayores de 60 años alineado con su mayorista “Club de Vacaciones” para ofrecer una experiencia única, exclusiva y segura teniendo en cuenta las necesidades de este colectivo.

Productos y servicios sostenibles

Nuestro cliente demanda cada día más productos y servicios sostenibles, por lo que hemos aumentado y modificado nuestra oferta incorporando criterios de sostenibilidad, siendo esta una de las líneas de actuación del Plan Director de RSC del Grupo (2017-2020).

El pasado 9 de abril de 2018 se formalizó el acuerdo firmado entre el Grupo El Corte Inglés y World Wildlife Fund (WWF) que incluye, entre otros compromisos, acciones para impulsar los productos ecológicos, así como programas específicos que apuestan por la sostenibilidad de la pesca, la acuicultura, el cultivo del algodón o la madera y sus derivados.

Otro de los hitos del ejercicio ha sido la creación, en julio de 2018, del Comité de Sostenibilidad de Compras con representantes de todos los departamentos relevantes del Grupo para fomentar la incorporación de productos sostenibles a nuestro catálogo. Asimismo, en noviembre de 2018 desarrollamos una Guía de Producto Sostenible para Compradores donde definimos los atributos que debe tener un producto para tener tal consideración: origen certificado de las materias primas, reducción de la huella de carbono, fomento de la economía circular, etc.

Todo ello se complementa con la formación a nuestros profesionales. En este sentido, hay que destacar los seis cursos de formación a diseñadores y compradores sobre ecodiseño y materiales sostenibles impartidos por Slow Fashion Next, así como la elaboración de la primera biblioteca de tejidos sostenibles.

Trasladamos además esta inquietud a nuestra cadena de suministro, seleccionando cuidadosamente a proveedores que apuestan por la sostenibilidad y la ecoinnovación. Nuestra amplia oferta de productos sostenibles abarca desde alimentación hasta moda, hogar, electrónica, papelería y parafarmacia, con más de 4.700 referencias certificadas, de las cuales más de 900 corresponden a marcas propias. En la categoría de alimentación destacan los productos de mar certificados en Aquaculture Stewardship Council (ASC) y Marine Stewardship Council (MSC), los sellos de Comercio Justo y de la Rainforest Alliance en bananas, cafés y helados, además de nuestra amplia gama de artículos de alimentación BIO y ecológico. Nuestra cuota de mercado en producto envasado BIO se sitúa en el 11%, muy superior al equivalente convencional en gran consumo.

También en nuestra oferta de artículos de papelería y mobiliario de marca propia destacan los productos certificados de Forest Stewardship Council (FSC), lo que asegura su origen de bosques gestionados de forma responsable.

En la categoría de moda y textil del hogar, el esfuerzo se ha concentrado en aumentar el número de artículos con la Etiqueta Ecológica Europea Ecolabel y en incrementar los productos textiles fabricados con fibras orgánicas certificadas como, por ejemplo, el algodón sostenible (nuestro objetivo es alcanzar como mínimo un 50% de algodón sostenible para el año 2023). Desde el pasado mes de septiembre formamos parte del programa de compra sostenible del algodón Better Cotton Initiative que tiene como objetivo transformar la producción mundial de algodón y conseguir que esta materia prima se convierta en un producto de uso y comercialización generalizados.

La inclusión en nuestra oferta de productos responsables va más allá de nuestros centros comerciales de El Corte Inglés y, como en el caso de Bricor, existe toda una gama de productos que fomentan el ahorro de agua y energía en el hogar, así como un

estilo de vida más sostenible (huertos urbanos, pinturas biodegradables, etc.). En esta misma línea y, aplicado a su negocio, Viajes El Corte Inglés apuesta por promover el turismo sostenible con un folleto específico, y la aplicación del Decálogo del Viajero Responsable en toda su actividad.

<https://inbusiness.viajeselcorteingles.es/es/viajes-el-corte-ingles/rsc/>

Como Grupo comprometido, trabajamos para concienciar a la población e impulsar hábitos de consumo responsable. En el Mes de la Sostenibilidad, celebrado entre el 17 de mayo y 28 de junio, por tercer año consecutivo se realizó una comunicación específica con cartelería en la que se informaba de los diferentes certificados e iniciativas de sostenibilidad.

Como novedad, en el ejercicio 2018 Seguros El Corte Inglés se ha unido a la oferta de productos responsables con el seguro VidaMovidia, que bajo el lema “andar es ganar” tiene como objetivo potenciar hábitos saludables. Se trata del primer seguro de vida enfocado específicamente a no fumadores y con una vida moderadamente activa, en el que se paga por andar.

La mejor oferta al mejor precio

Bajo el lema “Acostúmbrate a nuestros buenos precios” ajustamos nuestro catálogo de productos al mejor precio sin dejar a un lado los más altos niveles de calidad y servicio, con el objetivo de asegurar a nuestros clientes la mejor calidad al mejor precio.

También facilitamos las compras mediante fórmulas de financiación personalizadas. En el caso de Viajes El Corte Inglés, por ejemplo, realizamos acciones de promoción de los diferentes productos y servicios para motivar al cliente a anticipar la reserva de sus vacaciones, incluyendo planes exclusivos de financiación, como la campaña de “Créditos Preconcedidos”. Con esta acción se selecciona a una serie de clientes por su historial de compras y crédito para anticiparles un crédito sin intereses y que puedan pagar de forma sencilla sus vacaciones. Tras la primera prueba piloto en 2017 con una campaña similar, en 2018 se ha ampliado el ámbito de la promoción, llegando a dar la oportunidad a un total de 450.000 clientes de disfrutar de esta ventaja única.



B / 2 LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO

El servicio al cliente es uno de nuestros elementos característicos y diferenciadores. Por ello en 2018 hemos desarrollado “focus groups” para identificar aspectos de mejora con el fin de proporcionar la experiencia idónea.

Contamos con distintos sistemas para medir la satisfacción de los clientes, y durante el ejercicio se han afianzado los mecanismos de evaluación, tanto de nuestro personal como de la experiencia global en El Corte Inglés. La omnicanalidad, la inmediatez y la personalización son los ejes fundamentales en la revisión de los procesos actuales y en la evaluación de las iniciativas que más impacto tienen en esta satisfacción.

En conjunto, hemos realizado cerca de 62.000 encuestas a clientes con el objetivo de conocer su grado de satisfacción sobre diversos servicios de El Corte Inglés. El resultado es 9,3 puntos sobre 10, en línea con lo obtenido en los últimos 10 años, lo que nos refuerza en nuestra convicción del trabajo bien hecho.

En Viajes El Corte Inglés, elaboramos un barómetro interno con más de 80.000 respuestas, obteniendo también un alto grado de satisfacción. Por su parte, Informática El Corte Inglés ha alcanzado este ejercicio uno de los primeros puestos en valoración de la satisfacción⁴, con un resultado de 2,83⁵ sobre 3, mejorando la media del año anterior.

De igual modo, Seguros El Corte Inglés ha conseguido un mayor grado de fidelización incrementando en un 2,5% el número de seguros por cliente.

Como consecuencia del servicio ofrecido en todo el Grupo y, gracias a la profesionalidad de nuestros vendedores, hemos visto aumentar el número de agradecimientos de clientes en un 21%.

Nuestros establecimientos⁶ se ubican a lo largo de todo el territorio nacional, próximos a la mayoría de la población. Así, ocho de cada diez españoles (83% de la población) dispone de alguno de nuestros centros comerciales en un radio de 40 minutos en coche. Ello permite mantener un alto grado de afluencia a nuestros centros, con más de 700 millones de visitas en nuestras tiendas de *retail*⁷ en España y Portugal. También hay que añadir el incremento continuo de los hábitos de compra online por parte de los clientes.

UN CLIENTE MÁS CONCIENCIADO

El cliente de El Corte Inglés es, cada vez más, un consumidor concienciado que exige transparencia y sostenibilidad. Para darle respuesta y promover un consumo consciente e informado, desarrollamos diversos eventos y talleres. Durante 2018 se realizaron 4 Ecoencuentros temáticos sobre movilidad, consumo y moda, el festival del cine itinerante FICMA Tour, así como talleres infantiles de sensibilización ambiental.

4. Reconocido por la empresa de estudios de mercado Whitelane Research y la consultora Quint Wellington Redwood. Informática El Corte Inglés ocupa los primeros puestos en satisfacción general con la relación de outsourcing de IT, satisfacción con el proveedor de servicios, o flexibilidad contractual y entendimiento del negocio.

5. Resultado de las encuestas de satisfacción a clientes de la Unidad de Negocio Enterprise Content Management (ECM).

6. Referido a El Corte Inglés, Hipercor, Bricor, Supercor, Sfera y Outlets.

7. Datos estimados en algunos centros.

ESPECIALIZACIÓN

Contamos con un equipo humano altamente especializado y siempre cercano al cliente.

A lo largo de 2018 hemos continuado preparando a nuestros profesionales para que puedan responder con los conocimientos técnicos necesarios y tendencias punteras en todos los mercados en los que trabajamos, de tal manera que seamos referentes en cada una de nuestras líneas de negocio.

Se han impartido cerca de 32.000 horas de formación en productos y servicios con el fin de poner a disposición de nuestros clientes el mejor equipo.

INNOVACIÓN Y ECOINNOVACIÓN

Somos conscientes del cambio en las necesidades de la sociedad y de la importancia que, en este aspecto, tiene la innovación. Nuestra apuesta por la calidad e innovación en los productos de marca propia fue recompensada con cuatro galardones en los Premios “*Salute to Excellence*” de la feria internacional *Private Manufacturers Association* (PLMA). Las características valoradas fueron sabor, calidad, aspecto, envase, concepto de producto y relación calidad-precio.

Innovamos en todas nuestras áreas de actividad, desde los formatos comerciales, a los catálogos, canales de comunicación, instalaciones, logística, sistemas de información, etc.

También estamos a la vanguardia de las últimas tecnologías, como lo demuestran los cinco proyectos que desarrolla Informática El Corte Inglés, gracias a la cofinanciación del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). Uno de los hitos de Informática El Corte Inglés durante 2018 ha sido conseguir la primera certificación en España emitida por AENOR a una empresa privada conforme al modelo ISO 30301:2011 de sistema de gestión de documentos. Esto completa el Sistema de Gestión Integral de Calidad, Seguridad y de Documentos y supone un



logro más dentro de la estrategia de diferenciación y especialización en el desarrollo de infraestructuras digitales para la Transformación Digital de procesos de negocio.

En reconocimiento a la incorporación de la última tecnología para realizar un seguimiento exhaustivo de los viajes corporativos, Viajes El Corte Inglés fue galardonado en la II edición de los Premios Tecnología e Innovación de La Razón por la apertura de dos Business Travel Center en España.

Parte de la innovación de nuestro Grupo está relacionada con nuestro compromiso medioambiental. Por ello, varios productos de gran consumo de marca propia El Corte Inglés han sido premiados en los Vertex Awards por su excelencia en el diseño de sus envases, posicionándonos como el distribuidor más laureado en este año.

Parte de la innovación viene de la mano de la sostenibilidad, así en 2018 hemos desarrollado varios proyectos ecoinnovadores. Entre ellos cabe citar la reutilización de nuestras lonas de publicidad convirtiéndolas en bolsos y monederos de diseño con el proveedor catalán Nukak, o promocionando en algunos Centros de Madrid la botella de agua reutilizable de la marca valenciana Closca, empresa que también cuenta con una App (Closca water) que permite localizar las fuentes públicas más cercanas para su recarga.

B / 3

LA MEJORA CONTINUA Y EL DIÁLOGO PERMANENTE

El diálogo es esencial para un negocio responsable. Para conocer las expectativas de la sociedad y trabajar en consecuencia, establecemos un diálogo continuo utilizando varios canales y plataformas, uno de los cuales es nuestro Grupo de Partes Interesadas que, entre otros interlocutores, cuenta con organizaciones de consumidores (la OCU, entre ellos), representantes sindicales, varias ONG y miembros del mundo académico.

COMUNICACIÓN PERMANENTE MULTICANAL

Nos mostramos cerca de nuestros clientes con una atención cuidada y personalizada, y mantenemos abiertos distintos canales para poder establecer una comunicación permanente y bidireccional. Para mejorar en nuestro servicio es fundamental conocer sus inquietudes y opiniones, al tiempo que les mantenemos informados de nuestros esfuerzos y preocupaciones.

Ejercicio 2018



16 millones de llamadas de clientes recibidas



608.000 SMS enviados / 668.000 correos electrónicos recibidos



76.000 contactos gestionados en Redes Sociales



509.000 gestiones a través del Servicio al Cliente (SAC)



Reducción del periodo medio de resolución pasando a 8,7 días

La revisión de los estándares bajo normas ISO y directrices europeas en la atención al cliente, personalización de las comunicaciones, canales de atención, argumentación y gestión, tiempos, etc. han supuesto el reconocimiento de El Corte Inglés con el Premio "Elegido Servicio de Atención al Cliente 2019" en la categoría de *Retail* por parte de la empresa Sototempo. Esto ha sido posible gracias a las altas puntuaciones obtenidas, principalmente en los canales telefónico, web y redes sociales.

Una atención que cobra especial relevancia al hablar de nuestros clientes online para los que la División de Venta a Distancia pone a su disposición un teléfono de contacto disponible los 365 días del año y un correo electrónico al que dirigir sus comunicaciones.

Nuestra interconexión con el entorno nos ha llevado a contar con más de 6 millones de usuarios únicos en la página web de El Corte Inglés, y más de 410 millones de visitas anuales en las principales páginas web *retail* del Grupo frente a los 370 millones del ejercicio anterior, lo que supone un incremento del 11%. Nuestro catálogo online sigue aumentando y sólo en nuestra página web de El Corte Inglés en España hemos publicado más de 1,5 millones de referencias.

Para saber lo que piensan y opinan nuestros clientes, aprovechamos los nuevos hábitos sociales afianzando esa relación inmediata e interactiva con el público. Así, contamos con Facebook, Twitter, Google+, Instagram o YouTube para canalizar las sugerencias y comentarios que deseen expresar nuestros clientes, y nosotros, paralelamente, les informamos de acciones puntuales, eventos, lanzamiento de nuevos servicios, etc.

El crecimiento interanual de nuestra comunidad en las redes sociales en este ejercicio fue del 16% repartido de la siguiente manera, con una cifra de usuarios/seguidores superiores a los 3,3 millones:

Red social	Incremento de usuarios respecto a 2017
Facebook	5%
Instagram	95%
Twitter	5%
LinkedIn	76%
YouTube	127%
Google+	-1%
Pinterest	154%

Destaca nuestro perfil en Facebook, con una comunidad que ya supera los 2 millones de seguidores, mientras que Instagram cuenta con cerca de medio millón tras aumentar un 95% respecto al año anterior. YouTube también ha registrado un fuerte crecimiento, del 127%. Como consecuencia, hemos experimentado un incremento de 2 millones de visitas en nuestras principales redes sociales alcanzando prácticamente los 3,5 millones de visitas anuales.

Este año hemos puesto en marcha una estrategia coordinada para las redes sociales con una agencia creativa y hemos dado comienzo a los trabajos de implementación de una nueva herramienta de gestión, escucha y análisis denominada Salesforce Studio que esperamos se complete en el próximo ejercicio.

GESTIÓN DE INCIDENCIAS

Por nuestro volumen de negocio, tenemos que hacer frente a un importante número de incidencias, en las que la atención inmediata y personalizada son la base para su resolución.

En este ejercicio, se ha mejorado todo el sistema de gestión de incidencias de clientes:

- Se han revisado y actualizado los motivos de contacto, bajo la omnicanalidad de los nuevos procesos de compra.
- Se han mejorado y simplificado los flujos que siguen las reclamaciones para una mejor resolución.
- Se han establecido mecanismos de control sobre los departamentos responsables de la gestión de las incidencias.
- Se ha cambiado el sistema informático CRM que soportaba todos los procesos anteriores.

En aquellos centros donde ya está implantado el nuevo sistema de gestión Salesforce, se ha conseguido acortar de manera muy significativa los periodos de resolución de incidencias de 8 a 3 días, así como la consiguiente reducción del número de contactos necesarios para trazar el estado de las incidencias gracias al mayor control y agilidad conseguido.

En Viajes El Corte Inglés e Informática El Corte Inglés contamos con nuestros canales propios de gestión de incidencias.

Por su parte, Grupo Seguros ha recibido 123.108 consultas de clientes durante el ejercicio. El número de reclamaciones fue de 3.718, que representa un 3% sobre el total de las cuestiones atendidas. En el 34% de estas reclamaciones se ha dado una respuesta favorable al cliente. Teniendo en cuenta tanto el volumen de negocio como el número de prestaciones que se han tramitado durante el ejercicio, el porcentaje de reclamaciones es muy reducido, y dadas las características de esas reclamaciones, posiblemente inevitable, ya que se concentra la mayoría de ellas en asuntos relacionados con los siniestros y en el desacuerdo de los clientes con la fecha de anulación de los seguros.

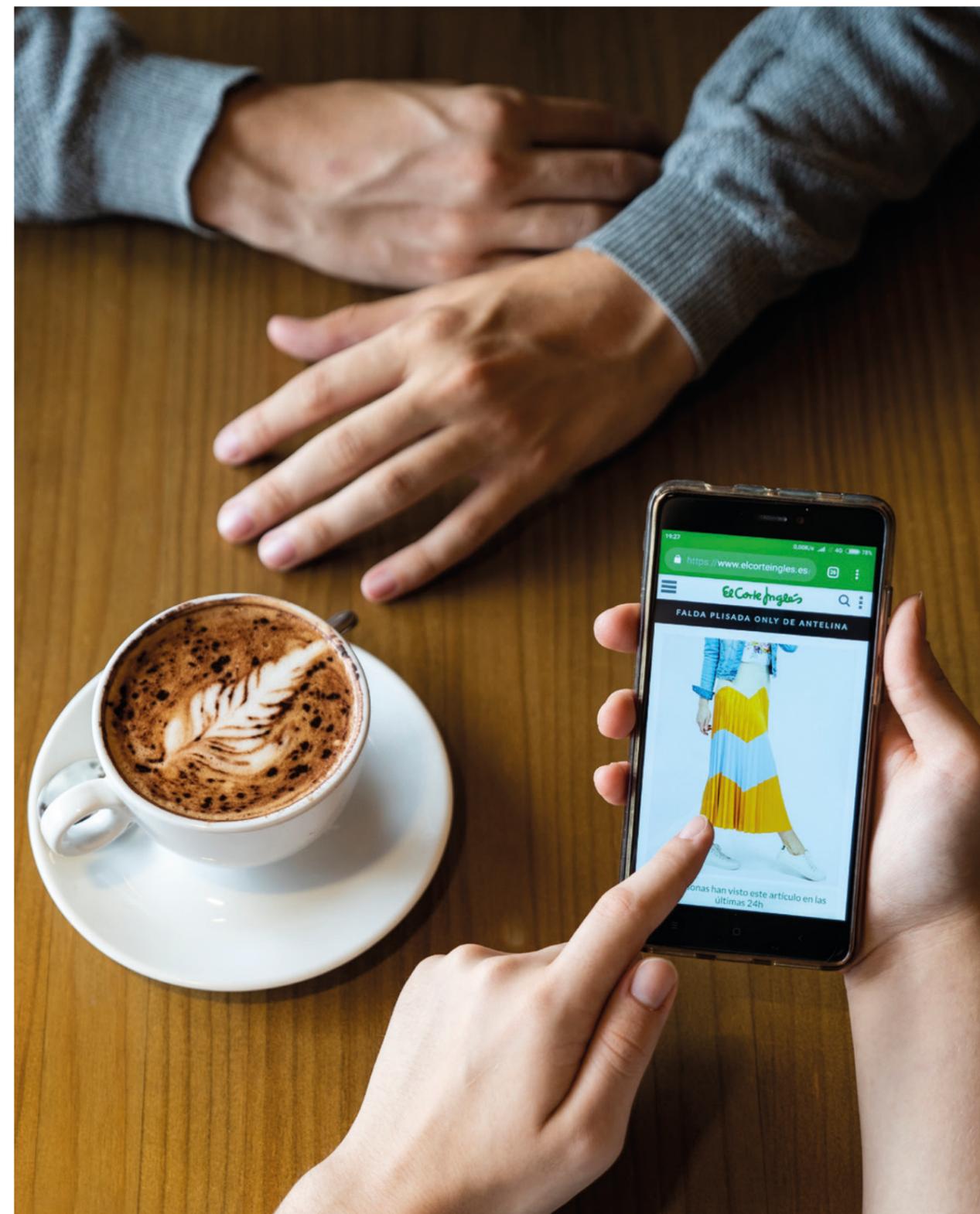
En El Corte Inglés Empresas hemos creado un comité de clientes compuesto por miembros de la dirección, delegados, valoración y compras, sistemas y marketing que realiza, además del seguimiento de las incidencias, una observación de operaciones importantes por líneas de negocio, acciones de comunicación y mejoras encaminadas al incremento de la satisfacción de nuestros clientes.

NUEVAS SOLUCIONES Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Focalizamos gran parte de nuestra estrategia en el ámbito digital, gracias al cual podemos potenciar nuestros productos y servicios con el objetivo de llegar a un mayor número de personas y estar más próximos al cliente, a través de canales online y offline.

La variedad de servicios y posibilidades de nuestras tiendas físicas se complementa con una extensión de servicios online.

La multicanalidad de nuestros clientes es ya una realidad: en 2018 más de 1,2 millones de clientes han realizado compras en diversos canales. Analizando la distribución de las compras online, en este ejercicio hemos vivido una mayor canalización de compras a través de *smarthphone* con respecto a otros dispositivos móviles como ordenador o tablet.



Dispositivos	% Distribución de las compras online
Ordenador	43%
Tablet	12%
Móvil	45%

La constante adaptación a las necesidades de los clientes, valor fundamental de El Corte Inglés a lo largo de su historia, supone la evolución actual de la red de suministro a una red de suministro digital, que convierte a nuestros centros comerciales en puntos donde el cliente puede recoger y devolver su mercancía.

Esto ha propiciado la adaptación de diversos factores, tales como la forma de trabajo, espacios, servicios, etc., permitiéndonos ofrecer a los consumidores una amplia oferta mediante la interacción de canales -omnicanalidad-. Resulta imprescindible la máxima calidad y fiabilidad de nuestras existencias, gestionando de manera dinámica la ubicación del stock. El cliente tiene a su disposición la posibilidad de comprar en tienda, envío a domicilio o recogida en miles de puntos en cualquier lugar de España, con servicio de entrega en dos horas o en la franja seleccionada.

Entre las novedades del ejercicio también destaca el arranque de Instagram Shopping que pone directamente a disposición del público la compra desde esta red social.

Nuestro posicionamiento como empresa omnicanal, capaz de maximizar las sinergias entre el mundo online y offline nos ha llevado a contar con tres servicios estrella: Click&Collect (pedidos por internet con recogida en el punto de venta seleccionado), Click&Car (compra en el supermercado virtual y recogida en el establecimiento elegido) y Click&Express (compras online y entrega en menos de dos horas o en el horario elegido).

Más de 11 millones de personas son usuarios de la tarjeta de compra El Corte Inglés. Desde 2018 tienen la posibilidad de utilizar el sistema *Samsung Pay* de pago por móvil para las transacciones realizadas con la tarjeta de compra El Corte Inglés.



SEGURIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

Uno de los riesgos en el contexto actual es la seguridad de la información de los clientes. Para mantener la confianza que depositan en nosotros y dado que somos conscientes de la responsabilidad que implica el manejo de sus datos personales, hemos establecido las medidas técnicas y organizativas de seguridad necesarias para garantizar su confidencialidad, integridad, disponibilidad y resiliencia.

También hemos definido una estructura de responsabilidad para abordar de forma eficiente la protección de datos, dependiendo directamente del Delegado de Protección de Datos del Grupo, oficializado ante la Agencia Española de Protección de Datos en abril de 2017.

El Grupo tiene implantado un sistema de incidencias por las que se canalizan al Delegado de Protección de Datos y Departamento de Desarrollo Corporativo Interno las quejas recibidas, bien sea a través de la Agencia Española de Protección de Datos o de un tercero por los canales que el Grupo pone a su disposición (correo electrónico, teléfono, correo postal o puntos de atención al cliente). El Delegado de Protección de Datos Personales abre expediente y gestiona cada caso, contestando dentro de los plazos legales.

El principal esfuerzo en este periodo se ha dirigido a continuar la adaptación de las empresas del Grupo El Corte Inglés al nuevo Reglamento General de Protección de Datos Europeo (Reglamento UE 2016/679) y la reciente Ley Orgánica 3/2018 de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

Somos socios fundadores de la Asociación Española de Comercio Electrónico y estamos adheridos a Confianza Online, un sello de calidad en Internet líder en España que nos avala como un sitio seguro para navegar y para realizar compras online.

Las principales acciones que hemos llevado a cabo en esta materia durante el ejercicio 2018 han sido la formación de los responsables funcionales de protección de datos designados en las principales áreas de negocio y empresas del Grupo, y la publicación de guías y materiales diversos para fomentar la adaptación a los nuevos reglamentos.

Durante el ejercicio hemos recibido 20 notificaciones de la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) relativas a requerimientos (15), resoluciones (4) y sentencias (1). En tres de las compañías del Grupo se han detectado brechas de confidencialidad, elaborando el preceptivo y correspondiente informe de conformidad con lo establecido en la legalidad vigente, aplicando los criterios y parámetros de la Empresa Nacional de Innovación (ENISA). Las conclusiones de dichos informes pusieron de manifiesto que no era necesaria la comunicación de estos incidentes a la AEPD ni a los interesados afectados.

Estamos en proceso de desarrollo de una nueva plataforma para la gestión integral de privacidad que nos lleve a una mejor gestión del consentimiento dado por nuestros clientes para el tratamiento de sus datos.

Por el mercado en el que opera, Informática El Corte Inglés cuenta con un sistema de seguridad de la información integrado por diferentes estándares de reconocido prestigio como son PECAL/AQAP, ISO 27001 o Modelo de Madurez y Capacidad Integrado (CMMI), en su máximo nivel de madurez en procesos de software, habiendo sumado este año la certificación ENS, de obligado cumplimiento para las organizaciones del sector privado que prestan soluciones o servicios a las entidades públicas.

NUESTRO EQUIPO
HUMANO EL MOTOR
DE NUESTRA PASIÓN
POR EL CLIENTE



EQUIPO COMPROMETIDO

Nuestro equipo de profesionales es un pilar fundamental para desarrollar nuestra actividad de forma satisfactoria. Por eso apostamos por el empleo estable y de calidad, por la formación especializada y por las oportunidades de desarrollo profesional. Todo ello convierte a nuestros empleados en expertos en su ámbito de responsabilidad.

90.004

EMPLEADOS EN EL GRUPO

89%

EMPLEADOS CON
CONTRATO INDEFINIDO

70%

EMPLEADOS A
JORNADA COMPLETA

15

AÑOS DE ANTIGÜEDAD MEDIA

NUESTRA
CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO
SOSTENIBLE

A TRAVÉS DE...

– ATRACCIÓN Y RETENCIÓN
DEL TALENTO

– DESARROLLO PROFESIONAL

– MEJORES PRÁCTICAS LABORALES

– INTEGRACIÓN DE
OPORTUNIDADES Y CONCILIACIÓN

– ENTORNO DE TRABAJO
SEGURO Y SALUDABLE

OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE
VINCULADO



La plantilla del Grupo El Corte Inglés a cierre de ejercicio 2018 era de más de 90.000⁸ profesionales, de los cuales, un 94% trabajaba en España. El 64% de los empleados son mujeres y el 36% hombres.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR GÉNERO

Género	Plantilla	%
Mujer	57.491	64%
Hombre	32.513	36%
Total	90.004	100%

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR PAÍS

País	Plantilla	%
España	84.324	93,7%
Portugal	3.369	3,7%
Resto de países	2.311	2,6%
Total	90.004	100%

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR RANGO DE EDAD

Edad	Plantilla	%
Menos de 30 años	13.458	15%
De 30 a 50 años	55.853	62%
Más de 50 años	20.693	23%
Total	90.004	100%

8. Alcance de los datos: todas las empresas del Grupo El Corte Inglés.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR GRUPOS PROFESIONALES

Grupo profesional	Plantilla	%
Directivos y gerentes	129	0,1%
Mandos y coordinadores	11.959	13,3%
Técnicos	5.747	6,4%
Profesionales	60.261	67,0%
Personal base	11.908	13,2%
Total	90.004	100%

Por otro lado, la plantilla media a jornada completa ha sido de 79.976 personas.

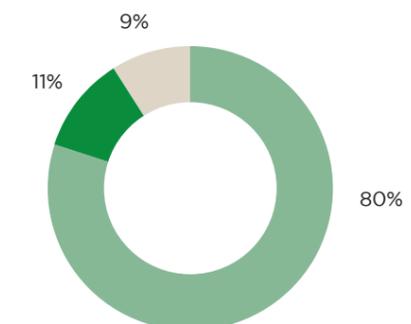
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA MEDIA POR GÉNERO

Género	Plantilla	%
Mujer	49.330	62%
Hombre	30.646	38%
Total	79.976	100%

Por la propia naturaleza de nuestro negocio, el 80% de la plantilla desarrolla sus competencias profesionales en el ámbito comercial. En conjunto, contamos con un equipo que muestra una gran variedad generacional, ya que integra a personas muy jóvenes junto a otras de mayor experiencia. La edad media de la plantilla se sitúa en 41,7 años, mientras que la antigüedad media de nuestros empleados ronda los 15 años, lo que refleja el grado de satisfacción por formar parte del capital humano de El Corte Inglés.

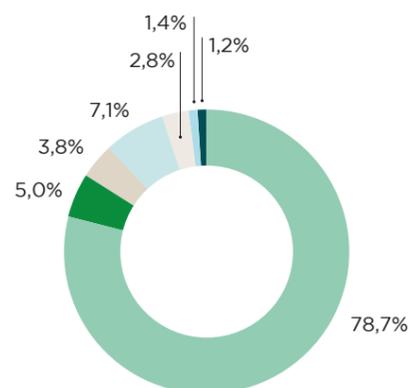
Nuestro equipo por colectivos

- Comercial
- Administración
- Servicios



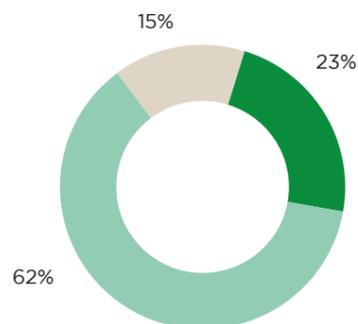
Nuestro equipo por líneas de negocio

- Grandes Almacenes
- Grupo Viajes
- Supercor
- Sfera
- Grupo Informática
- Grupo Seguros
- Otros



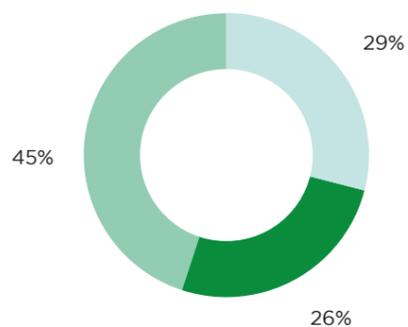
Nuestro equipo por intervalos de edad

- < 30 años
- 30-50 años
- > 50 años



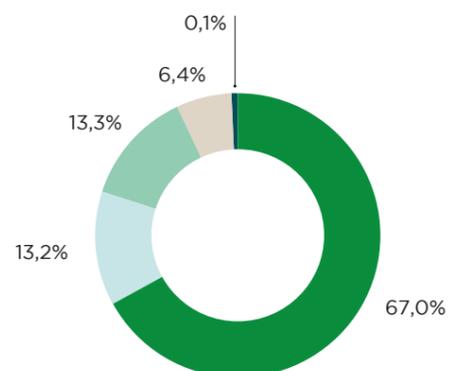
Nuestro equipo por intervalos de antigüedad

- < 5 años
- 5-15 años
- > 15 años



Nuestro equipo por grupos profesionales

- Profesionales
- Personal base
- Mandos y coordinadores
- Técnicos
- Directivos y gerentes



Del total de nuestra plantilla, un 89% tiene contrato indefinido y un 11% contrato a tiempo parcial. Su distribución por sexo, edad y grupo profesional se refleja en las siguientes tablas:

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR TIPO DE CONTRATO Y GÉNERO

Género	Contrato indefinido	% Contrato indefinido / sexo	Contrato temporal	% Contrato temporal / sexo
Mujer	50.957	89%	6.534	11%
Hombre	28.826	89%	3.687	11%
Total	79.783	89%	10.221	11%

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR TIPO DE CONTRATO Y EDAD

Edad	Contrato indefinido	% Contrato indefinido / sexo	Contrato temporal	% Contrato temporal / sexo
Menos de 30 años	6.969	52%	6.489	48%
De 30 a 50 años	52.330	94%	3.523	6%
Más de 50 años	20.484	99%	209	1%
Total	79.783	89%	10.221	11%

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR TIPO DE CONTRATO Y GRUPO PROFESIONAL

Grupo profesional	Contrato indefinido	% Contrato indefinido / grupo profesional	Contrato temporal	% Contrato indefinido / grupo profesional
Directivos y agentes	129	100%	-	-
Mandos y coordinadores	11.899	99%	60	1%
Técnicos	5.568	97%	179	3%
Profesionales	57.510	95%	2.751	5%
Personal base	4.677	39%	7.231	61%
Total	79.783	89%	10.221	11%

En cuanto al tipo de jornada, un 70% de la plantilla trabaja a tiempo completo y un 30% que lo hace a tiempo parcial. De los empleados que trabajan a tiempo parcial, un 41% son mujeres y un 12% son hombres.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR TIPO DE JORNADA Y GÉNERO

Género	Jornada completa	% Jornada completa / sexo	Jornada parcial	% Jornada parcial / sexo
Mujer	34.021	59%	23.470	41%
Hombre	28.694	88%	3.819	12%
Total	62.715	70%	27.289	30%

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR TIPO DE JORNADA Y EDAD

Edad	Jornada completa	% Jornada completa / edad	Jornada parcial	% Jornada parcial / edad
Menos de 30 años	8.470	63%	4.988	37%
De 30 a 50 años	38.850	70%	17.003	30%
Más de 50 años	15.395	74%	5.298	26%
Total	62.715	70%	27.289	30%

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR TIPO DE JORNADA Y GRUPO PROFESIONAL

Grupo profesional	Jornada completa	% Jornada completa / grupo profesional	Jornada parcial	% Jornada parcial / grupo profesional
Directivos y agentes	121	94%	8	6%
Mandos y coordinadores	10.948	92%	1.011	8%
Técnicos	4.962	86%	785	14%
Profesionales	39.908	66%	20.353	34%
Personal base	6.776	57%	5.132	43%
Total	62.715	70%	27.289	30%



C / 1 ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DEL TALENTO ⁹

Nuestra actividad requiere diversos movimientos de plantilla según las necesidades que se presentan en las diferentes épocas del año. Esto supone una adaptación continua en la captación de talento para tratar de identificar y atraer a los mejores profesionales mediante procedimientos responsables y eficaces que generen experiencias positivas a los candidatos y que, al mismo tiempo, incorporen personas comprometidas con la ética, los valores y principios corporativos.

En 2018 hemos puesto en marcha un nuevo procedimiento que permite centralizar el proceso de selección para cualquiera de las empresas del Grupo. Se trata de una gestión global que, al mismo tiempo, beneficia a los candidatos. Junto a este desarrollo, ha tenido lugar el lanzamiento a redes sociales de nuestro Portal de Empleo.

Otras de las novedades del ejercicio es el acuerdo suscrito con el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad para la elaboración de un Proyecto de Currículum Vitae Anónimo para la selección de personal. Tiene como objeto establecer un marco general de colaboración para el diseño, elaboración y seguimiento de un protocolo que promueva la implantación de procesos de selección despersonalizados.

Durante 2018 se han incorporado al Grupo un total de 1.852 personas con contrato indefinido¹⁰, el 40% de ellas, menores de 30 años, lo que pone de manifiesto nuestra confianza en el talento joven. A ello hay que añadir las más de 10.500 personas que fueron altas de corta duración causando baja en el propio ejercicio; la mayoría corresponden al personal contratado para reforzar las diferentes campañas comerciales y asegurar el servicio que merecen nuestros clientes.

Nº DE PERSONAS CON CONTRATO INDEFINIDO INCORPORADAS EN EL EJERCICIO

Edad	Personas	%
Menos de 30 años	754	40%
De 30 a 50 años	1.027	56%
Más de 50 años	71	4%
Total	1.852	100%

La tasa de nuevas contrataciones en plantilla fija sobre el total ha sido del 2,1%.

En 2018, un total de 1.373 empleados con contrato indefinido han causado baja voluntaria¹¹ en la empresa, lo que se traduce en una tasa de rotación de plantilla fija del 1,6% respecto del total plantilla. Asimismo, se produjeron 1.076 bajas no voluntarias.

9. Alcance de los datos: empleados de empresas del Grupo en España y El Corte Inglés-Grandes Armazéns (ECIGA).

10. Son altas de larga duración, esto quiere decir, que corresponde a personas contratadas durante el ejercicio y que al cierre del mismo siguen formando parte de la plantilla (sin incluir los Reingresos por Excedencia). Además, se han producido 6.370 nuevas contrataciones de carácter temporal de larga duración (siguen, a cierre del ejercicio, formando parte de nuestro equipo).

11. Son bajas voluntarias de larga duración, esto es, de aquellos empleados que estaban a comienzos del ejercicio y han causado baja durante el mismo. No se incluyen bajo esta categoría las excedencias. Además, se han producido 7.775 bajas por otros motivos (finalización de contratos, enfermedad, fallecimiento, jubilaciones y por bajas no voluntarias).

Nº DE BAJAS VOLUNTARIAS EN EL EJERCICIO CON CONTRATO INDEFINIDO

Edad	Personas	%
Menos de 30 años	531	39%
De 30 a 50 años	631	46%
Más de 50 años	211	15%
Total	1.373	100%

DETALLE DE LAS BAJAS NO VOLUNTARIAS POR GÉNERO

Género	Personas	%
Mujer	610	57%
Hombre	466	43%
Total	1.076	100%

DETALLE DE LAS BAJAS NO VOLUNTARIAS POR EDAD

Edad	Personas	%
Menos de 30 años	116	11%
De 30 a 50 años	661	61%
Más de 50 años	299	28%
Total	1.076	100%

DETALLE DE LAS BAJAS NO VOLUNTARIAS POR GRUPO PROFESIONAL

Grupo profesional	Plantilla	%
Directivos y gerentes	6	1%
Mandos y coordinadores	182	17%
Técnicos	71	7%
Profesionales	729	68%
Personal base	88	8%
Total	1.076	100%

Por otra parte, la vinculación de la empresa con los empleados queda reflejada en la imposición de emblemas a aquellos profesionales que cumplen 25 y 15 años, lo que supone un reconocimiento a su esfuerzo, fidelidad y constancia. Así, en 2018, un total de 3.867 personas han sido galardonadas con esta distinción.

Entrega de emblemas	Oro 25 Años	Plata 15 Años	Total
Total grupo	767	3.100	3.867



C / 2 DESARROLLO PROFESIONAL¹²

Potenciar el desarrollo de las habilidades de nuestros empleados es la base sobre la que cimentamos nuestro compromiso con el equipo. Ponemos al alcance de nuestros profesionales la opción de evolucionar en un gran grupo empresarial.

FORMACIÓN

Creemos que invertir en la formación de nuestros empleados repercute positivamente de forma bidireccional. Buscamos la especialización de nuestros profesionales, mejorar sus aptitudes y poner a su disposición los mejores recursos a fin de contar con un equipo preparado.

Para ello, exploramos continuamente metodologías de formación novedosas y actuales. En un momento en el que la formación online está plenamente asentada y la formación presencial sigue siendo fundamental, es de significar la puesta en marcha de un buen número de acciones formativas realizadas a través de videoconferencias y clases virtuales que permiten incrementar el impacto de las mismas, y ser seguidas en directo y en simultáneo por todos los centros de la organización.

Impartimos formación sobre el amplio abanico de productos y servicios que comercializamos. Contamos con acciones y programas adaptados a cada puesto de trabajo, diseñadas para informar sobre las novedades que se producen en cada área. Son de destacar las acciones realizadas con el colectivo de mandos, pieza clave en la estrategia de Recursos Humanos. También ha sido muy importante el esfuerzo realizado con la red de ventas en la definición de protocolos comerciales adaptados a cada división y línea de negocio.

El despliegue del proyecto formativo incluye, además, acciones necesarias para el cumplimiento de procesos normativos tanto en materia de prevención, higiene alimentaria, protección de datos de carácter personal o prevención sobre el blanqueo de capitales, como acciones de sensibilización a todo el personal sobre la orientación empresarial en materia de Responsabilidad Social. Es de destacar, en este sentido el curso sobre el Código Ético.

A lo largo de 2018 se impartió, con una media de 18,5 horas de formación por empleado, un total de 1.612.454 horas. Además, el personal recién contratado recibió más de 100.000 horas de formación antes de su incorporación a la empresa. Todo ello supone una inversión cercana a los 25 millones de euros.

¹². Alcance de los datos: empleados de empresas del Grupo en España y El Corte Inglés-Grandes Armazéns (ECIGA).

PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN POR GRUPO PROFESIONAL Y GÉNERO¹³

Grupo profesional	Número total horas	Promedio horas Hombre	Promedio horas Mujer
Directivos y agentes	2.998	24,0	7,2
Mandos y coordinadores	348.920	30,3	29,9
Técnicos	230.706	50,8	34,6
Profesionales	691.791	12,6	11,4
Personal base	338.039	27,6	30,4
Total	1.612.454	18,5 horas/empleado	

La duración media de los cursos presenciales ha sido de 8,7 horas, con una media de 10 alumnos por curso. En el caso de la formación online, las horas impartidas fueron más de 360.000, habiendo participado más de 365.000 alumnos.

13. Alcance de los datos: año natural, para empleados de España y ECIGA.

**FORMACIÓN PRESENCIAL Y ONLINE**

Áreas	Acciones formativas	Horas	Alumnos	Horas de alumno*
Comercial	2.927	29.815	37.560	276.111
Productos, oficios y PRL	8.131	31.595	63.882	318.853
Alimentación y hostelería	1.171	14.155	12.591	176.143
Procesos administrativos de venta e informática	3.404	28.378	44.099	355.595
Habilidades directivas y de gestión	396	7.125	4.005	62.268
Idiomas	909	32.900	4.102	148.891
Otros	434	6.686	8.567	38.513
Total (Formación presencial)	17.372	150.654	174.806	1.376.374
Formación online	-	-	365.960	363.937
Total	17.372	150.654	540.766	1.740.311

*Incluye 127.855 horas impartidas a personas no contratadas en el momento de la formación.

Adicionalmente a la formación continua de nuestros empleados, ponemos a su disposición la posibilidad de realizar formación universitaria que canalizamos a través de nuestro Centro de Estudios Universitarios Ramón Areces. Más de 1.100 empleados accedieron a esta formación, con un 45% de incremento respecto al ejercicio anterior. Este año se ha incluido la opción del grado en Psicología.

FORMACIÓN UNIVERSITARIA PARA EMPLEADOS DEL GRUPO

Universidad	Titulaciones	Número de alumnos
UNED	Acceso a la universidad para mayores de 25 años	173
	Grado en Derecho	188
	Grado en Administración y Dirección de Empresas	303
	Grado en Psicología	322
	Grado en Ingeniería Informática	9
	Máster en Data Science y Big Data	51
Universidad Nebrija	Máster presencial en nuevas tecnologías aplicadas a la gestión de agencias de viajes	25
	Máster online en nuevas tecnologías aplicadas a la gestión de agencias de viajes (México D.F.)	47
	Curso de adaptación a Grado en Turismo	13
Universitat Politècnica de Catalunya	Máster en Distribución y Ventas	34
Total alumnos		1.165

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

Una herramienta de comunicación y motivación en el Grupo es la evaluación del desempeño de los empleados, ya que proporciona tanto al responsable como al colaborador una valiosa oportunidad para poner de manifiesto la evolución profesional, aciertos y desviaciones que están produciéndose, y les permite fijar medidas de mejora guiando el desarrollo de la carrera profesional.

Anualmente todas las empresas del Grupo realizan una evaluación del desempeño de empleados que lleven más de 6 meses en alta. De esta manera, un 92%¹⁴ de nuestros empleados están siendo evaluados por el desempeño que tuvieron durante 2018.

PROMOCIONES

A lo largo de 2018, un total de 2.197 empleados fueron promocionados en sus puestos de trabajo¹⁵, siendo el 52% mujeres y el 48% hombres. En cuanto a promociones de nuevos mandos, 524 corresponden a esta tipología.

C / 3

LAS MEJORES PRÁCTICAS LABORALES

Todas las personas del Grupo están cubiertas por sus respectivos convenios colectivos, según el tipo de actividad de la empresa a la que pertenezca. Esto garantiza a los empleados el cumplimiento de los plazos mínimos legales de preaviso para cualquier comunicación o medida organizativa que les pudiera afectar, colectiva o individualmente.

También contamos con sistemas de organización del tiempo de trabajo que permiten a cada empleado conocer con antelación el calendario de prestación laboral con respeto de períodos adecuados de descanso y períodos de vacaciones definidos.

Debido a la propia dinámica de nuestra actividad, la mayoría del personal no precisa de unas normas sobre desconexión laboral. No obstante, estamos iniciando protocolos al respecto para aquellos colectivos que lo precisen.

El Convenio Colectivo de grandes almacenes aplica al mayor porcentaje de nuestro equipo. A fecha de elaboración del presente informe, se está en fase de negociación de dos convenios sectoriales de ámbito nacional, que afectan a las empresas Viajes El Corte Inglés y Centro de Seguros y Servicios (CESS), tras la finalización de la vigencia y denuncia de los convenios respectivos en 2018.

El Grupo garantiza la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva así como el derecho de afiliación a cualquier sindicato y la no discriminación en razón de esta pertenencia. Se mantiene un diálogo permanente con los representantes sindicales de las distintas organizaciones.

Durante 2018 se han celebrado procesos generales de elecciones sindicales en varias de las empresas encuadradas en la patronal de grandes superficies ANGED (El Corte Inglés, Informática El Corte Inglés y Financiera El Corte Inglés), así como en Supercor. Como resultado de dichas elecciones, han resultado elegidos un total de 1.925 miembros para los órganos de representación de los trabajadores.

14. Dato estimado (la evaluación se realiza entre los meses de marzo y mayo 2019 a empleados en España y ECIGA).

15. Se incluye, a diferencia del ejercicio anterior, 1.227 promociones de Personal Base a Profesional que, por nuestro convenio ANGED, resultan automáticas para todo empleado de Personal Base una vez transcurridos 3 años en el Grupo.

MODELO DE RETRIBUCIÓN

Nuestra política está basada en el desarrollo y los méritos profesionales, y la igualdad y la no discriminación. La estructura retributiva se compone de una retribución fija acordada mediante negociación colectiva y una retribución variable vinculada a la consecución de objetivos individuales y globales.

En materia retributiva ofrecemos a nuestro equipo un salario inicial superior al mínimo legal establecido, siendo éste de media entre las empresas del Grupo¹⁶ un 15% superior.

La brecha salarial es el indicador más representativo para analizar las diferencias salariales de género. Se ha calculado tomando como base los sueldos medios y brechas de cada grupo profesional ponderado con el peso en plantilla que cada uno de ellos tiene sobre el total. El resultado de este indicador ha sido que el hombre gana de media un 8,8% más.



16. Alcance de los datos: empleados de empresas del Grupo en España y El Corte Inglés-Grandes Armazéns (ECIGA).



REMUNERACIÓN MEDIA BRUTA POR GRUPO PROFESIONAL*

Grupo profesional	Retrib. media Hombres	Retrib. media Mujeres	Ponderación Grupo Prof. sobre total plantilla
Directivos, agentes, mandos y coordinadores	51.308	36.715	13,4%
Técnicos	37.872	33.525	6,4%
Profesionales	21.433	19.950	67,0%
Personal base	14.943	15.420	13,2%
Total			100%

*Sueldos medios brutos para los empleados de las empresas del Grupo en España y ECIGA

Si bien los datos reflejan ciertas diferencias salariales, podemos afirmar que existe equidad salarial entre hombres y mujeres. Dichas diferencias se deben a aspectos como la antigüedad y la estructura por género en cada grupo profesional.

La remuneración media global de nuestro Grupo se sitúa durante 2018 en 24.146 euros brutos anuales (incluyendo tanto el componente fijo como el variable).

REMUNERACIÓN MEDIA BRUTA POR EDAD

Edad	Retribución media bruta anual (€)
Menos de 30 años	16.247
De 30 a 50 años	22.968
Más de 50 años	31.996
Total	24.146

En 2018 se ha implantado un sistema de retribución flexible (Plan +) personalizado, voluntario y modificable en el tiempo, donde los empleados deciden qué parte del salario quieren cobrar en productos con ventajas fiscales, como el seguro de salud, ticket restaurant, ticket transporte y guardería.

El seguro de vida colectivo es otro de los beneficios sociales importantes entre nuestros empleados.

De igual modo, la Comisión Mixta de las Fundaciones César Rodríguez y Ramón Areces concede anualmente ayudas a los hijos de los empleados para los estudios de bachillerato, formación profesional y estudios universitarios. Así, en 2018, se concedieron más de 3.800 ayudas al estudio por un valor superior a 3,7 millones de euros, un 8% más que en el ejercicio anterior. Asimismo, se otorgaron 750 ayudas a hijos con discapacidad.

C / 4 INTEGRACIÓN Y DIVERSIDAD ¹⁷

Somos un equipo comprometido con la inclusión laboral de las personas con discapacidad. Contamos con 1.171 empleados que poseen algún tipo de discapacidad, lo que supone un incremento del 20% sobre el ejercicio anterior. Además, mantenemos acuerdos de colaboración con 49 Centros Especiales de Empleo.

El Corte Inglés tiene suscrito con la Fundación ONCE el Convenio Inserta, con el objetivo de incorporar en nuestro equipo a más de 500 personas con discapacidad en los próximos cinco años.

Seguros El Corte Inglés mantiene un acuerdo con el Centro de Formación para el Empleo Fundación Juan XXIII que posibilita la integración social y laboral de personas con discapacidad intelectual, principalmente para el tratamiento de documentación, grabación de datos y atención al cliente.

La diversidad cultural en nuestro equipo nos enriquece como empresa. Contamos con más de 5.000 personas en nuestra plantilla de nacionalidad no española, destacando entre los países de origen, el continente europeo y americano al aportar el 91% de estos empleados.

17. Alcance de los datos: empleados de empresas del Grupo en España y El Corte Inglés-Grandes Armazéns (ECIGA).



En nuestras oficinas internacionales, el 95% de la plantilla son personas nacidas en los respectivos países, lo que refuerza nuestra estrategia de contribuir al desarrollo local.

Por otra parte, a principios del ejercicio suscribimos con el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad un acuerdo para el proyecto europeo ADIM *Avanzando en gestión de la diversidad LGBT en el sector público y privado*. Tiene como objeto la expansión de mejores prácticas en diversidad LGBT dentro de la empresa, a través de una encuesta en diversos centros de trabajo, y cuyo resultado formará parte de un estudio que publicará el Ministerio de Igualdad.

Además, estamos adscritos a la Red de Empresas por una Sociedad Libre de Violencia de Género promovida por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, y tenemos firmados acuerdos de colaboración con Cruz Roja Española y con Fundación Integra para ofrecer oportunidades laborales a mujeres víctimas de violencia de género y otros colectivos en riesgo de exclusión social.

Con motivo del Día contra la Violencia de Género y, bajo el lema *Damos la cara*, el 25 de noviembre lanzamos una campaña de apoyo a las víctimas, a fin de dar visibilidad y concienciar sobre este problema.

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y CONCILIACIÓN

C / 5

La igualdad de oportunidades, además de un derecho fundamental, es uno de los pilares de nuestra relación con los empleados. Nuestro compromiso se refuerza a través de los distintos Planes de Igualdad de las empresas del Grupo. Estos planes recogen los programas específicos adaptados a las particularidades de cada negocio, y cuentan con comisiones de seguimiento formadas por representantes sindicales y empresariales.



Se ha creado un Grupo de Igualdad Corporativo, constituido por los responsables de los planes de igualdad de las empresas del Grupo, con el fin de realizar un seguimiento de los diferentes programas, y realizar nuevas propuestas que promuevan la igualdad de oportunidades y la conciliación.

Avanzamos hacia un mayor equilibrio de género dentro de las categorías profesionales que conforman nuestro equipo, y mantenemos el compromiso de incrementar de forma progresiva la presencia de mujeres en puestos de responsabilidad. El objetivo es que, al menos, el 50% de los nuevos puestos de mando sean ocupados por mujeres a finales de 2020. En este sentido, aseguramos la presencia de mujeres en la formación impartida para el desarrollo profesional y detección del talento, fomentando así su promoción a cargos de responsabilidad.

Todos los planes de igualdad recogen un protocolo de actuación para supuestos de acoso sexual y por razón de sexo. También contamos con una Comisión Instructora de Tratamiento de Situaciones de Acoso que canaliza las denuncias o situaciones de acoso que puedan plantearse en cualquier empresa del Grupo.

En este ejercicio, no se ha tramitado ningún caso de discriminación por motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional u origen social de acuerdo con la definición de la OIT.

En mayo de 2018 entró en vigor el protocolo de acoso en la oficina de India, sin que hasta la fecha se haya recibido ninguna denuncia.

PORCENTAJE DE MUJERES POR GRUPO PROFESIONAL Y RANGO DE EDAD

Grupo Profesional	%	Edad	%
Directivos y Gerentes	5%	Menos de 30 años	59%
Mandos y Coordinadores	34%	De 30 a 50 años	66%
Técnicos	51%	Más de 50 años	60%
Profesionales	71%		
Personal base	64%		

A través de la formación a nuestros empleados¹⁸, tratamos de concienciar sobre diversos aspectos relacionados con los Derechos Humanos y, especialmente con aquellos relacionados con la Diversidad y la Igualdad. Más de 11.600 personas han cursado este año formación en este sentido, que se suman a las más de 78.500 que ya la realizaron desde su lanzamiento en 2016.

Para un eficaz desarrollo de la igualdad, fomentamos medidas que favorezcan la conciliación, la maternidad y la lactancia materna. En algunas empresas del Grupo se han desarrollado modelos de distribución de jornada que se adaptan al tipo de negocio concreto. Por ejemplo, la jornada irregular que permite reducir el horario de los viernes, jornada intensiva en verano y Navidad, horario flexible de trabajo para la entrada y salida, turnos de vacaciones coincidentes con vacaciones escolares, *training* de reincorporación tras un periodo de maternidad, paternidad o incapacidad transitoria de larga duración, etc.

18. Alcance de los datos: empleados de empresas del Grupo en España y El Corte Inglés Grandes Armazéns (ECIGA).

Además, desde el Grupo ayudamos a aquellos empleados que solicitan un traslado entre empresas del Grupo, bien por motivos personales o por deseos de desarrollo profesional.

En este punto, hay que destacar que el 88% de los hombres con derecho a baja por paternidad¹⁸ se han acogido a la misma en este ejercicio.

	Hombres	Mujeres	Total
% empleados con derecho a la baja de maternidad / paternidad y que lo ejercieron	88%	100%	96%
Índice de reincorporación al trabajo	99%	71%	81%
Índice de retención (1 año después)	89%	87%	88%

UN ENTORNO DE TRABAJO SEGURO Y SALUDABLE

Garantizar la seguridad y salud en todos los aspectos relacionados con el trabajo es, más allá de una obligación empresarial, una ventaja competitiva y, por consiguiente, un valor de nuestra organización. Esta convicción nos ha llevado a desarrollar una extensa actividad preventiva de forma sistemática y ordenada. Todo ello se ha estructurado mediante un conjunto de documentos que conforman la Documentación del Sistema.

Uno de los hitos relevantes en Seguridad y Salud Laboral en 2018 ha sido la realización de la cuarta auditoría reglamentaria externa de nuestro sistema de prevención de riesgos laborales, donde se han verificado los aspectos más significativos de la prevención en la empresa. Para la ejecución de la misma, se auditaron más de 50 centros de la organización, no habiéndose detectado ninguna "No adecuación mayor".

La empresa auditora destacó como puntos fuertes: la existencia de un sistema de prevención documentado y conocido por el conjunto de la organización; la existencia en el portal del empleado de un apartado sobre Seguridad y Salud Laboral; la formación en prevención de riesgos laborales; el modelo de evaluación de riesgos en función de los procesos productivos y la asignación de actividades; la vigilancia de la salud con protocolos específicos y exámenes médicos a demanda del empleado, y el tratamiento ante determinados factores de riesgo asociados al trabajo.

También en 2018 ha finalizado una evaluación de riesgos laborales basada en la Función/Actividad de los puestos de trabajo. Esto ha implicado la descripción de los procesos productivos y de los trabajos con relevancia para la seguridad y salud laboral.

SISTEMA DE PREVENCIÓN

Asimismo, se ha puesto en marcha un nuevo Procedimiento del Sistema de Prevención de Vigilancia de la Salud Laboral, cuyos objetivos son:

- Establecer los criterios para la detección precoz y sistemática, de daños provocados por el trabajo.
- Evitar la asignación de tareas incompatibles con las condiciones de salud de la persona.

El procedimiento regula además las actividades de promoción de vida saludable que desarrollan nuestros Servicios Sanitarios. En total, se han realizado 23.355 exámenes de salud.

En 2018 también se han desarrollado diferentes campañas y programas:

- Promoción de la salud general: Nacional. Su objetivo es la agrupación de pruebas que se realice voluntariamente a un trabajador, al margen de las pruebas asociadas a los protocolos en función de los riesgos de su puesto de trabajo. 7.765 participantes.
- Campaña Gripe 2018: Nacional. Se han vacunado un total de 5.586 personas.
- Campaña 'Sal de mi vida': Nacional. Se trata de concienciar sobre los riesgos del exceso de sal en las comidas y que invitaba a los empleados a vigilar su tensión arterial. 12.599 participantes.
- Campaña 'Xplórate': Cartagena. Para sensibilizar sobre la importancia de una periódica autoexploración mamaria. 110 participantes.
- Programa 'PILOTO PREVEN': Pozuelo, Santander y Elche. Con el fin de tomar medidas preventivas asociadas a enfermedades venosas crónicas. 312 participantes.

Además, los profesionales de los Servicios de Prevención regionales han recibido formación sobre 'Procedimientos y prácticas de Salud laboral en el Grupo El Corte Inglés'. En total, 11 sesiones con 1.720 horas, en las que han participado 215 personas.

En 2018 se ha avanzado en las evaluaciones de riesgo psicosocial mediante acciones realizadas en diferentes puntos de España. En conjunto, se han cumplimentado 3.100 cuestionarios con 1.758 entrevistas a empleados. Desde 2015 se ha analizado el 20% de los centros comerciales existentes, además de otras intervenciones parciales en centros logísticos y tiendas.

Las conclusiones de evaluación psicosociales realizadas entre 2015 y 2018, pusieron de manifiesto la necesidad de desarrollar un cuestionario propio adaptado a nuestros centros comerciales de El Corte Inglés, con el fin de acortar tiempos y optimizar los procesos de evaluación psicosocial. Para ello, se creó una Comisión Asesora con la participación de instituciones públicas, representantes del mundo académico y representantes sindicales. Una vez validada la herramienta de evaluación, el objetivo es utilizar este procedimiento en todos nuestros centros de El Corte Inglés, desde el segundo semestre de 2019, hasta finales de 2020.

El absentismo por enfermedad común y accidente no laboral originó más de 5.135.000 horas en 2018 en el Grupo.

DISTRIBUCIÓN DE LA TASA DE ABSENTISMO POR EMPRESA Y GÉNERO¹⁹

Empresa	Hombres	Mujeres	Total
El Corte Inglés	2,998%	5,021%	4,226%
Supercor	3,535%	5,828%	4,796%
Grupo Sfera	2,426%	4,434%	4,216%
Bricor	2,166%	4,597%	3,002%
Informática El Corte Inglés	1,136%	2,836%	1,662%
Centro de Seguros y Servicios	2,657%	4,095%	3,646%

Respecto a los accidentes laborales, se registraron 1.647 casos con baja laboral, lo que supuso más de 281.000 horas de absentismo. En cuanto a los casos de enfermedad relacionados con el trabajo se registraron en el ejercicio 38 casos, originados, principalmente, como consecuencia de posturas forzadas y movimientos repetitivos, correspondiendo 12 casos a hombres y 25 a mujeres.

19. Alcance de los datos: año natural.

DESGLOSE DE RATIOS DE ACCIDENTES LABORALES POR EMPRESA Y GÉNERO

Empresa	(Nº casos / horas trabajadas)*1.000.000			(Días perdidos / horas laborables)*1.000			(Nº casos / plantilla)*100		
	Frecuencia ²⁰			Gravedad ²¹			Incidencia ²²		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
El Corte Inglés	14,9	12,9	13,7	0,29	0,28	0,28	1,82	1,39	1,55
Supercor	27,4	27,4	27,4	0,35	0,59	0,49	2,95	2,95	2,95
Sfera	9,3	11,8	11,6	0,13	0,21	0,20	1,00	1,17	1,15
Bricor	14,7	26,6	18,7	0,37	0,45	0,39	1,85	3,13	2,30
Informática	1,2	6,3	2,8	0,06	0,09	0,07	0,17	0,87	0,39
El Corte Inglés Centro de Seguros y Servicios	-	0,9	0,6	-	0,02	0,01	-	0,09	0,06

*Datos año natural.

20. Índice de frecuencia: Accidentes con baja laboral, excluyendo los "in itinere" y "recaídas".

21. Índice de gravedad: Días perdidos por accidente con baja laboral, excluyéndose los "in itinere" y "recaídas".

22. Índice de incidencia: Número de accidentes con baja laboral de la plantilla física a 31 de diciembre de 2018.





ESTAMOS DONDE,
CUANDO Y COMO
NOS NECESITA

D

CADENA DE SUMINISTRO

Uno de los pilares de nuestro modelo de negocio es una buena elección de los proveedores, ya que ellos nos permiten cumplir nuestro compromiso de calidad con los clientes. Basándonos en una relación de confianza y colaboración mutua, desarrollamos proyectos de forma conjunta, especialmente con aquellos suministradores que aportan innovación o diferenciación respecto a nuestros competidores.

MÁS DE
61.800

PROVEEDORES TIENE EL GRUPO

84%

DEL VOLUMEN DE COMPRA
SE REALIZA A PROVEEDORES
REGISTRADOS EN ESPAÑA

3.346

AUDITORIAS
SOCIALES REALIZADAS A
PROVEEDORES EN 2018

91%

DE LOS PROVEEDORES
SON DE LA UE

NUESTRA
CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO
SOSTENIBLE

A TRAVÉS DE...

– CRITERIOS AMBIENTALES,
SOCIALES Y DE GOBERNANZA

– GESTIÓN GLOBAL QUE FOMENTA
EL DESARROLLO LOCAL

– LOGÍSTICA SOSTENIBLE

– PRÁCTICAS DE
COMPRA RESPONSABLE

OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE
VINCULADO



Toda nuestra cadena de suministro está diseñada con el propósito de buscar la mejora continua del servicio ofrecido al cliente a través de la innovación, la sostenibilidad y la eficiencia.



1

APROVISIONAMIENTO

COMPRA RESPONSABLE DE PRODUCTOS Y DISTRIBUCIÓN EFICIENTE DESDE LAS INSTALACIONES DE NUESTROS PROVEEDORES HASTA NUESTROS CLIENTES

Trabajamos junto a nuestros proveedores en incrementar la eficiencia en los procesos reduciendo los impactos medioambientales de nuestra actividad



2

GESTIÓN DE LA CALIDAD

ASEGURAMOS LA CALIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Trabajamos con laboratorios y centros tecnológicos para garantizar la mejor oferta



3

EXPERIENCIA DE COMPRA

OFRECEMOS NUESTRA GARANTÍA A LOS CLIENTES TANTO EN TIENDAS FÍSICAS COMO DIGITALES



Distribución, transporte y entrega de los productos a los clientes

Trabajamos para mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes y su satisfacción



4

SERVICIO POSTVENTA

ACOMPañAMOS A NUESTROS CLIENTES CON UN SERVICIO DE CALIDAD

Trabajamos para satisfacer a nuestros clientes en todos sus procesos de compra

Las diferentes líneas de negocio del Grupo gestionan su cadena de suministro de acuerdo a la naturaleza de sus proveedores, así como de los riesgos potenciales detectados.

NÚMERO DE PROVEEDORES DEL GRUPO A 28 DE FEBRERO DE 2019

Líneas de negocio	España	Otros países de la UE	Terceros países	Total 2018
Empresas de <i>Retail</i>	25.742	4.094	2.781	32.617
Grupo de Seguros	384	16	2	402
Grupo Informática El Corte Inglés	1.442	141	48	1.631
Grupo Viajes El Corte Inglés	15.289	9.096	2.799	27.184
Total	42.857	13.347	5.630	61.834

VOLUMEN DE COMPRA DEL GRUPO (MILLONES DE EUROS) A 28 DE FEBRERO DE 2019

Líneas de negocio	España	Otros países de la UE	Terceros países	Total 2018
Empresas de <i>Retail</i>	8.943	826	718	10.487
Grupo de Seguros	10	0,06	0,07	10
Grupo Informática El Corte Inglés	398	52	38	488
Grupo Viajes El Corte Inglés	1.148	254	129	1.531
Total	10.499	1.132	885	12.516

CRITERIOS AMBIENTALES, SOCIALES Y DE GOBERNANZA ^{2 3}

Como empresa comprometida y responsable, impulsamos la seguridad y buenas prácticas éticas, sociales, laborales y medioambientales en toda la cadena de suministro. Por ello, trabajamos únicamente con aquellos proveedores que suscriben como propios nuestros valores y principios.

GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE SUMINISTRO

Comercializamos tanto marcas ajenas de reconocido prestigio internacional, como marcas propias. En este último caso, intervenimos en todas sus fases de desarrollo, desde el diseño del artículo, a su fabricación, el control de calidad, y el transporte a nuestros centros de distribución o establecimientos comerciales para la entrega final al consumidor.

Además, priorizamos nuestra debida diligencia con respecto a nuestros socios comerciales de marcas propias centrándonos en aspectos Ambientales, Sociales y de Buen Gobierno (ASG). De esta forma, el cliente puede tener la garantía de que cualquier producto de las

23. El alcance corresponde a las empresas *retail*: El Corte Inglés (España y Portugal), Supercor y Sfera.

marcas de El Corte Inglés está elaborado bajo unas condiciones de fabricación responsables. Esta responsabilidad se articula mediante el respeto a los derechos humanos y estándares laborales internacionales, la protección del medio ambiente y bajo principios de comportamiento ético.

Esta declaración de garantía se basa en un doble compromiso, desde El Corte Inglés hacia sus proveedores, y viceversa. El Grupo impulsa el respeto a los aspectos ASG mediante su Código Ético, aprobado por el Consejo de Administración en el ejercicio 2017, y que vincula a todos los empleados de El Corte Inglés.

En relación a los proveedores, requerimos a todos nuestros socios comerciales que suscriban los principios de actuación que toman como referencia los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, iniciativa a la que estamos adheridos desde 2004, así como los Convenios Fundamentales de la OIT.

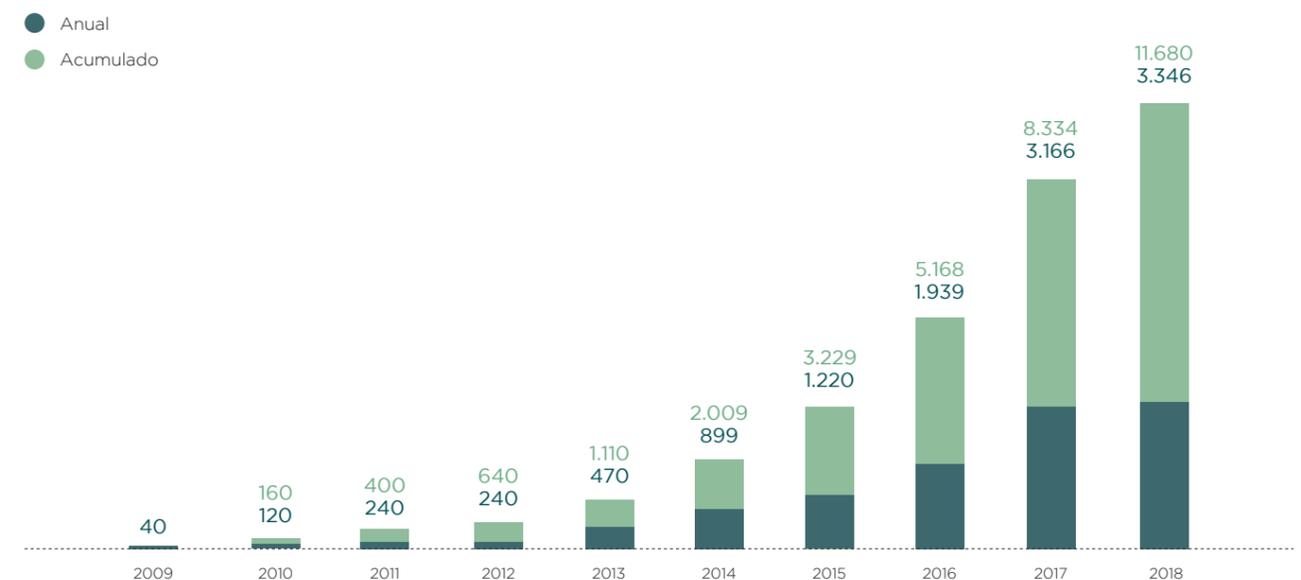
A los proveedores de marca propia les exigimos, además, que declaren todos los lugares de producción a fin de ser auditados sobre el cumplimiento del Código de Conducta de Proveedores de Marca Propia de El Corte Inglés, vigente desde 2008.

Nuestra debida diligencia con los proveedores de marca propia se desarrolla en tres pasos consecutivos:

1. Conocer todas las fábricas e instalaciones de producción.
2. Verificar mediante auditorías el cumplimiento del Código de Conducta de Proveedores de Marca Propia.
3. Comprobar mediante inspecciones que la producción se realiza únicamente en fábricas autorizadas.

EVOLUCIÓN DE AUDITORÍAS ASG EN EL ÁMBITO DE RETAIL

La auditoría en aspectos ambientales, sociales y de buen gobierno verifica el cumplimiento por parte de las fábricas de nuestros proveedores de marca propia de nuestro Código de Conducta para Proveedores de marca propia. El gráfico que sigue ilustra nuestro desempeño en los últimos diez años.



En 2018 se realizaron 3.346 auditorías, un 6% más que el ejercicio anterior, lo que redundó en un mejor conocimiento de nuestra cadena de suministro. Estas auditorías se han canalizado fundamentalmente a través de la plataforma de amfori, aunque también trabajamos con otros sistemas internacionales que cuentan con un Código de Conducta equivalente.

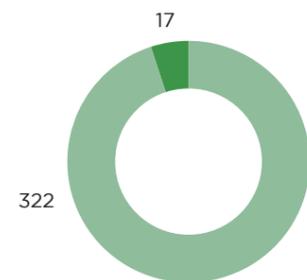
amfori es una organización internacional que cuenta con más de 2.200 miembros (minoristas, importadores y marcas), a los que ofrece herramientas de alto nivel para gestionar el desempeño social y ambiental de sus cadenas de suministro.

Sistemas de auditoría social		
amfori	2.420	72%
de segunda parte (El Corte Inglés)	373	11%
Otros (SEDEX, SA8000, WRAP...)	553	17%
Total auditorías sociales	3.346	100%

Resultado de las auditorías en 2018 por región

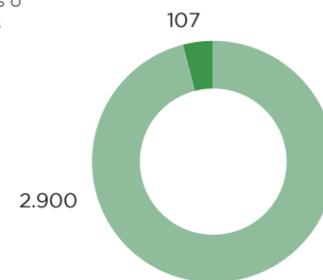
Unión Europea

- Autorizadas
- Rechazadas o bloqueadas



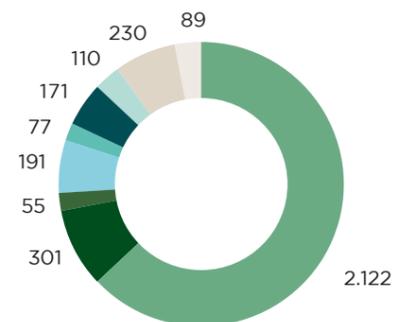
Fuera de la Unión Europea

- Autorizadas
- Rechazadas o bloqueadas



Nº de auditorías por localización

- China
- India
- Pakistán
- Turquía
- Bangladesh
- España
- Portugal
- Vietnam
- Resto de países



Los resultados de las auditorías:

- Nuestra monitorización de fábricas auditadas frente a total de fábricas declaradas crece del 91% al 95% (+4%). Por regiones de abastecimiento, destaca la actual cobertura de monitorización del 98% en los mercados de importación, que suelen contar con un riesgo país significativamente mayor que los de la Unión Europea.

Mercado	Cobertura ejercicio 2017	Cobertura ejercicio 2018	Crecimientos / AA
Terceros países	94%	98%	+4%
UE	73%	77%	+5%
Total	91%	95%	+4%

- El riesgo país ponderado (índice riesgo país del Banco Mundial corregido con nuestra ratio de cobertura) decrece un 7%, lo que supone un avance considerable.
- El número de fábricas auditadas en las que se han identificado impactos ASG negativos disminuye del 11% al 7%, es decir, mejora en cuatro puntos.
- En términos absolutos, el balance anterior refleja un total de 226 fábricas con impactos negativos, frente a las 348 de un año antes (35% menos).
Con el 92% de estas fábricas se han acordado planes de mejora (88% en 2017), mientras que al 8% restante se les ha informado de que no eran aptas para la fabricación de nuestros productos de marca propia.
- En el total de 3.346 instalaciones analizadas, se han incluido evaluaciones medioambientales. De ellas, sólo en el 11,7% se ha detectado algún impacto medioambiental significativo.
- El 93% de las auditorías realizadas en 2018 se han concentrado en China, India, Vietnam, Bangladesh, Paquistán, Turquía, Marruecos, Portugal y España, que son nuestros principales mercados de abastecimiento de marcas propias.

Respecto a la homologación de proveedores y la evaluación de su desempeño en RSC, en 2018 se han dado de alta a menos proveedores con un desempeño ASG mejor. En efecto:

- En 2018 hubo menos altas: se homologaron 1.598 proveedores (410 de marcas propias) frente a los 1.812 de 2017 (12% menos).
- La calificación ASG de los proveedores fue de mayor calidad: en 2018 el 6% de los candidatos no superó el proceso de homologación frente al 17% del año anterior.

Este resultado está en consonancia con la estrategia de la Central de Compras de optimizar su cartera de proveedores en cantidad y calidad.

EVALUACIÓN DE IMPACTOS EN DERECHOS HUMANOS: FORMACIÓN Y REPARACIÓN

El objetivo último de estas auditorías es integrar el respeto de los derechos humanos en todos los eslabones de la cadena de suministro. El Código de Conducta de proveedores de marca propia evalúa el respeto a los derechos humanos y laborales en los lugares de producción bajo los siguientes epígrafes:

- Derecho a la libertad de asociación y a la negociación colectiva
- No discriminación
- Remuneración justa
- Jornada laboral digna
- Seguridad y salud en el trabajo
- No al trabajo infantil
- Protección a los trabajadores jóvenes
- No al trabajo irregular
- No al trabajo forzoso

El comportamiento no ético y la subcontratación no declarada, junto con el trabajo infantil, el trabajo forzoso y los riesgos inminentes en seguridad y salud en el trabajo, constituyen lo que calificamos como incumplimientos de Tolerancia Cero. Si una reclamación por el Canal Ético de El Corte Inglés o por el Canal de Denuncias de amfori, o bien un hallazgo de carácter crítico en una auditoría ASG, suponen una evidencia probada y continuada –esto es, no corregida– de una violación de alguno de estos principios, ponemos en marcha nuestro protocolo de ruptura de la relación comercial con el proveedor.

En el ejercicio, se han detectado 6 casos de infracciones de nuestra política de Tolerancia Cero.

Antes de llegar a ese extremo, aplicamos protocolos tendentes a la corrección y reparación de los casos detectados, normalmente junto a otras empresas también vinculadas a los mismos productores.

Además, impulsamos planes de formación y capacitación, tanto a los proveedores y sus fábricas -mediante la academia amfori-, como a nuestros propios compradores, a través de la herramienta interna de formación online (Aul@eci). En paralelo, los equipos de RSC centrales y locales desarrollan una labor prescriptora y de seguimiento para procurar su gestión más eficaz.

ALIANZAS POR LOS DERECHOS HUMANOS

En línea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 17 (Alianzas para lograr los Objetivos), hemos creado alianzas para abordar determinados problemas sistémicos que exceden la capacidad de una sola empresa. En esos casos, es necesaria la concurrencia de múltiples agentes gubernamentales y no gubernamentales, locales e internacionales que de forma conjunta aborden la causa raíz de los incumplimientos más graves.

En 2018 hemos mantenido o iniciado las siguientes líneas de acción:

País	Línea de acción	Objetivo
Bangladesh	Accord on Fire & Building Safety	Programa de verificación y mejora de la Seguridad de las fábricas y de la Salud de los trabajadores textiles de Bangladesh
Bangladesh	Convenio con UNICEF	Programas de protección de la maternidad y de los derechos de la infancia en el sector textil
India	Tamil Nadu Multistakeholder	Erradicación de la explotación de la mujer en la cadena de suministro textil
India	Industria del Calzado en Agra	Erradicación del trabajo infantil en el sector productivo del calzado
India	Protocolo de Acoso Sexual	Prevención de este delito en la delegación internacional de El Corte Inglés en India
Filipinas	Trabajadoras artesanas en trabajo domiciliario	Transición a la economía formal de grupos de mujeres artesanas en comunidades rurales especializadas en el “nido de abeja”
Turquía	Trabajadores refugiados procedentes de Siria	Protección de los derechos de los trabajadores refugiados en el marco de la legislación nacional turca
Marruecos	Alianza público-privada para el desarrollo	Proyecto conjunto con la AECID para promover la RSC en las pymes exportadoras de Marruecos
España	Foro Social de la Industria de la Moda de España	Iniciativa multistakeholder que busca aportar valor añadido a la industria de la moda de España mediante buenas prácticas sociales y medioambientales
España	MÑ “Hecho en España” de FEDECON	Desarrollo de un sistema de aseguramiento de cumplimiento ASG vinculado a la etiqueta MÑ

D / 2

UNA GESTIÓN GLOBAL QUE FOMENTA EL DESARROLLO LOCAL

Estamos comprometidos con el desarrollo de las comunidades locales para que nuestra actividad se traduzca en generación de valor para la sociedad. En la actualidad, el 69%²⁴ de nuestros proveedores son españoles. En esta misma línea, el volumen de compras a proveedores registrados en España es del 84%, aunque esta cifra también incorpora procesos productivos procedentes de mercados de importación.

Desde nuestros centros comerciales queremos apoyar e impulsar al sector textil nacional y por eso promovemos una adhesión progresiva de nuestras marcas propias al programa y la etiqueta de Moda España.

También en nuestros establecimientos de Portugal favorecemos los productos nacionales. En 2018, el volumen de compras a proveedores locales de El Corte Inglés-Grandes Armazéns en Portugal ha sido de un 75%, repartido entre 2.578 suministradores.

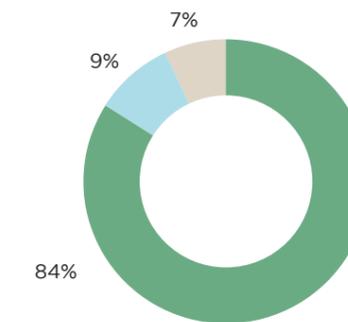
24. En este ejercicio se incluyen en este dato las cifras de Viajes El Corte Inglés, que no estaban incluidas en el ejercicio 2017.



	Terrestre	Marítimo	Aéreo
% m ³ de volúmenes en transporte internacional	1%	96%	3%

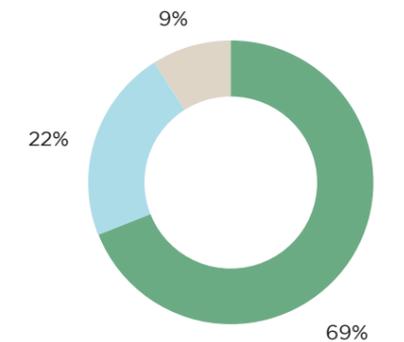
% de la compra en las empresas del Grupo

- España
- Otros países de la UE
- Terceros países



% de proveedores de las empresas del Grupo

- España
- Otros países de la UE
- Terceros países



D / 3

UNA LOGÍSTICA SOSTENIBLE

Generamos emisiones en el ámbito logístico a través de fuentes diversas: vehículos propios y subcontratados, a nivel nacional, así como por los diferentes transportes logísticos internacionales.

Para reducir la huella de emisiones, se ha trabajado principalmente en acciones de mejora de flota, tanto propia como subcontratada. Disponemos de vehículos eléctricos y de gas natural que han incrementado significativamente el número de kilómetros recorridos en el último año.

Es muy importante también la optimización de las rutas y la consolidación de la carga de contenedores, ya que gestionamos al año más de 19.100 contenedores con operadores logísticos. Por ello, buscamos la optimización de su capacidad para mejorar la eficiencia de nuestro transporte y reducir nuestra huella de carbono, siendo el porcentaje medio de ocupación del 81%.

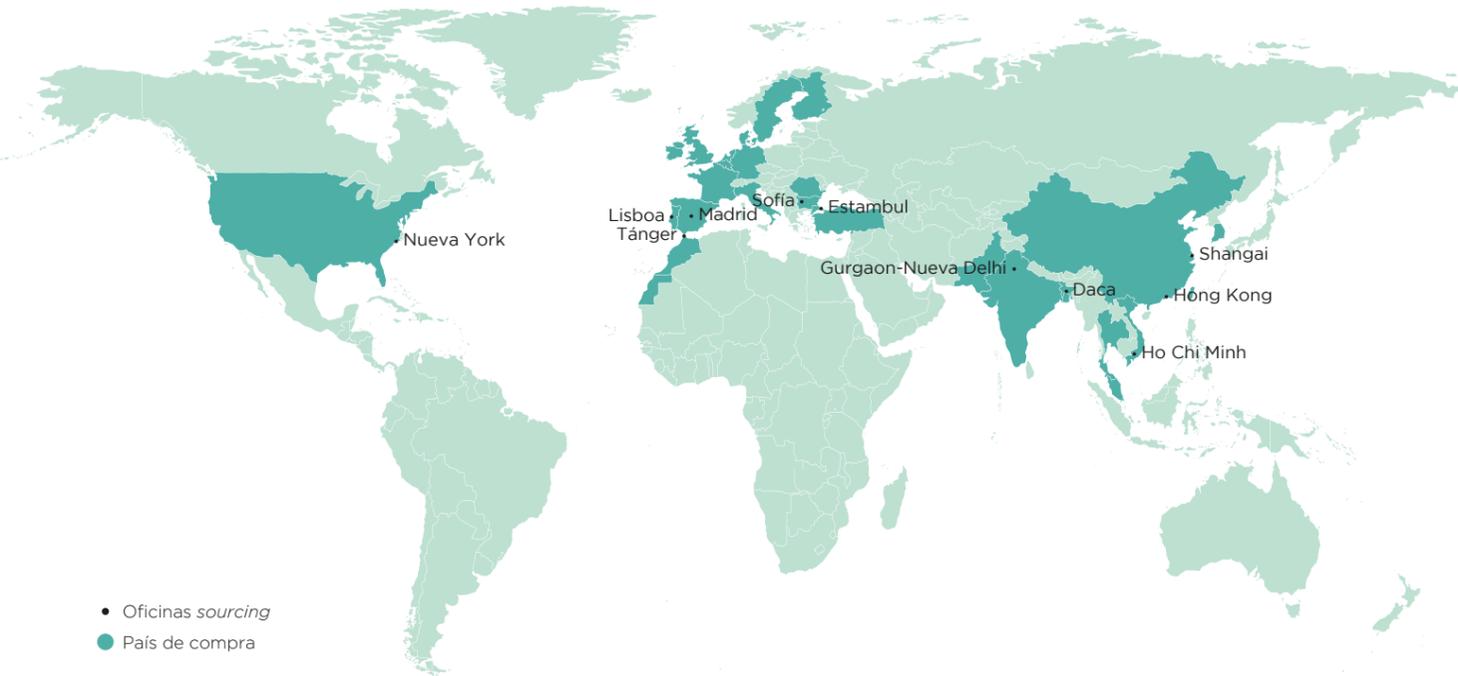
También priorizamos el transporte marítimo frente al aéreo y terrestre siempre que sea posible, con más de 80 puertos de embarque. En este ejercicio, se ha aumentado en un 1% los m³ transportados por medio marítimo en detrimento del transporte aéreo.

Principales países de compra, en Retail:

- | | |
|----------------|-----------------|
| Alemania | Italia |
| Bangladesh | Malasia |
| Bélgica | Marruecos |
| Bulgaria | Países Bajos |
| China | Pakistán |
| Corea del sur | Portugal |
| Dinamarca | Reino Unido |
| Estados Unidos | República Checa |
| España | Rumania |
| Finlandia | Singapur |
| Francia | Suecia |
| Hong Kong | Tailandia |
| India | Taiwán |
| Indonesia | Turquía |
| Irlanda | Vietnam |

Oficinas sourcing:

- Madrid (España)
- Lisboa (Portugal)
- Nueva York (EE.UU.)
- Tánger (Marruecos)
- Estambul (Turquía)
- Sofía (Bulgaria)
- Hong Kong y Shanghai (China)
- Daca (Bangladesh)
- Ho Chi Minh (Vietnam)
- Gurgaon - Nueva Delhi (India)



- Oficinas sourcing
- País de compra

En 2018 hemos intensificado la formación de nuestros conductores en Green Driving, y hemos prescrito a los transportistas subcontratados las mejores prácticas en temas como:

- Información sobre el uso de gas natural tanto en transporte marítimo como terrestre.
- Información de la localización de estaciones de servicio de gas natural comprimido.
- Comunicación de las novedades legislativas.

- Información sobre la oferta existente de vehículos de energías alternativas.
- En el transporte terrestre internacional también minimizamos las emisiones de CO₂ con vehículos de gran capacidad, como los utilizados en Bulgaria. De igual modo, en Turquía, nuestros tres proveedores de transporte emplean una solución intermodal que combina y optimiza el transporte terrestre con el marítimo.

El resultado de estos esfuerzos prescriptores se ilustra en la siguiente tabla de reducción de huella de carbono:

Emisiones (Tm de CO ₂ eq.)	2017	2018	Variación interanual
Distribución logística nacional propia (*)	520	489	-5,96%
Distribución logística nacional subcontratada (*)	65.214	63.394	-2,79%
Distribución logística internacional	38.717	36.515	-5,69%

(*) Información incluida en las emisiones del Grupo Alcance: Grupo El Corte Inglés



D / 4 PRÁCTICAS DE COMPRA RESPONSABLE

En el Grupo fomentamos la compra responsable y sostenible de productos y servicios en colaboración con nuestros proveedores, pudiendo llegar a incidir en su diseño y fabricación al apostar por prácticas sostenibles. Así, en 2018:

- Hemos constituido el Comité de Sostenibilidad de Central de Compras.
- Hemos elaborado la Guía de Producto Sostenible para Compradores, que, compartida con nuestros miles de proveedores, supone un paso significativo para la difusión y el desarrollo de propuestas innovadoras y sostenibles en la producción.
- Hemos realizado 6 cursos de formación a diseñadores y compradores sobre materiales sostenibles impartidos por Slow Fashion Next.
- Hemos elaborado la primera biblioteca de tejidos sostenibles. Prestamos especial atención a las materias primas y recursos naturales, especialmente sensibles, escasos o en peligro.



En este sentido, promovemos:

- Compra local y Kilómetro cero.
- Diversidad de proveedores.
- Sostenibilidad, Eco-innovación e innovación social.
- Conservación del medio marino y terrestre.
- Bienestar animal.

Todo ello nos sirve de guía para la selección y priorización de contratación de proveedores y para la definición de nuestro surtido y oferta de productos y servicios.

En este sentido, el pasado mes de abril de 2018 se formalizó un acuerdo entre el Grupo El Corte Inglés y WWF, que, con una vigencia de 3 años, apuesta por el origen sostenible de las materias primas.

Desde el pasado mes de septiembre de 2018 formamos parte de Better Cotton Initiative (BCI), habiéndonos marcado como objetivo para 2023 la compra del 50% de su algodón a través del programa BCI. Además, trabajamos en dos líneas de sostenibilidad adicionales: el algodón orgánico y el algodón reciclado, cuyo objetivo a futuro es un algodón de fuentes 100% sostenibles.

Asimismo, como parte de nuestra preocupación por avanzar en el bienestar animal, nos hemos comprometido a que en 2025 todos los huevos de marca propia que comercialice nuestro Grupo serán de gallinas libres de jaula (categorías 0, 1 y 2). Así, en 2018 hemos lanzado dos nuevas referencias de huevos marca El Corte Inglés: de gallinas de suelo y ecológicos. Estos últimos, cuentan además con el sello de la Asociación Española para la Defensa de los Animales (ANDA).



En la web <https://www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es/rsc/nuestros-proveedores/> se dispone de más información sobre este capítulo. Para acceder a la misma deberá escanear el código QR adjunto mediante un dispositivo digital.

E

MEDIO AMBIENTE

El Grupo El Corte Inglés mantiene un compromiso constante con el medio ambiente, respetando nuestro entorno y minimizando los impactos relacionados con la actividad comercial, conforme a lo establecido en la estrategia medioambiental del Plan Director de RSC 2017-2020. Nuestro mayor impacto medioambiental proviene de la generación de residuos y las emisiones de gases de efecto invernadero derivados principalmente del consumo eléctrico y del transporte de mercancías.

Trabajamos para impulsar un futuro más sostenible y, por ello, nuestro objetivo para los próximos años es valorizar, al menos, el 90% de los residuos generados y minimizar su generación. Asimismo, estamos avanzando en la disminución de emisiones mediante el aumento del consumo de energías de origen renovable, la introducción de la mejor tecnología disponible y la optimización de rutas y cargas de los transportes.

TRABAJAMOS
POR MEJORAR
EL FUTURO



CERTIFICACIÓN RESIDUO CERO EN
NUESTROS CENTROS COMERCIALES
Y PLATAFORMAS DE GALICIA

MÁS DE

56.850 Tm

DE RESIDUOS VALORIZADOS

-4%

CONSUMO ELÉCTRICO
RESPECTO A 2017

-7%

CONSUMO DE AGUA
RESPECTO A 2017

-70%

EMISIONES DE CO₂
RESPECTO A 2017

100%

DE NUESTRAS BOLSAS ESTÁN
CERTIFICADAS

NUESTRA CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO SOSTENIBLE

A TRAVÉS DE...

–ECONOMÍA CIRCULAR

–LUCHA CONTRA
EL CAMBIO CLIMÁTICO

–GESTIÓN SOSTENIBLE
DEL AGUA

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE VINCULADOS



El alcance completo del análisis de los datos corresponde a todas las empresas de *retail* de España y Portugal (El Corte Inglés, Supercor, Bricor, Sfera y ECIGA), Confecciones Teruel, Editorial Cera, Industria del Vestido, Informática El Corte Inglés, Grupo Seguros, Viajes El Corte Inglés y Telecor.

CAMINAMOS HACIA UNA ECONOMÍA CIRCULAR

La transición hacia una economía circular es uno de los principales retos medioambientales asumidos por el Grupo. Priorizamos el uso de materiales sostenibles, fomentamos un consumo responsable y gestionamos adecuadamente los residuos que producimos. De acuerdo con las medidas puestas en marcha por la Unión Europea, el Grupo El Corte Inglés ha decidido integrar la economía circular en el desarrollo de sus actividades, y minimizar la generación de residuos.

Para ello trabajamos en muy diversas vertientes:

- A) Primamos el ecodiseño, la reciclabilidad y la incorporación de materias primas secundarias en nuestro *packaging*.
- B) Cerramos el círculo del reciclado en productos que ofertamos a los clientes.
- C) Apoyamos la sostenibilidad a través de la investigación.
- D) Establecemos una correcta gestión de los residuos valorizables que generamos en nuestra actividad (Residuo CERO).



A) NUESTROS ENVASES Y EMBALAJES COMO ENSEÑA DE IDENTIDAD

Nuestro Plan de Envases comprende cuatro aspectos principales: ecodiseño, control de consumos, economía circular y formación a empleados.

—Una de nuestras líneas de trabajo se centra en las bolsas como envase de transporte. En este aspecto, poseemos una pluralidad de materiales que conviven entre sí, al tiempo que introducimos la variable medioambiental desde el ecodiseño, de forma que se facilite, a través del reciclaje, su posterior reintroducción en la cadena de valor.

En El Corte Inglés podemos encontrar bolsas de cualquier material que dan respuesta a los requerimientos de sostenibilidad por los que apuesta la compañía, así como a los deseos y necesidades del cliente.

—Todas nuestras bolsas están certificadas



- Sello del Ángel Azul en las bolsas de plástico de las tiendas El Corte Inglés; es uno de los certificados con mayor prestigio internacional que distingue productos con baja incidencia ambiental durante su ciclo de vida, garantizando además que el 80% del material utilizado es reciclado.
- Certificado FSC/PEFC en las bolsas de papel; garantiza que el producto tiene su origen en bosques gestionados de forma responsable.



- Certificado UNE 53942:2009 en las bolsas de plástico del supermercado; garantiza que pueden ser reutilizadas hasta 15 veces, y son aptas para contacto alimentario.
- Además, ofrecemos diversos modelos de bolsas reutilizables diseñadas por El Corte Inglés como la alternativa más sostenible en cualquier entorno.

—Nuestras cajas de cartón son fabricadas a partir de los residuos de papel/cartón que se generan en el desarrollo de la actividad comercial. En las tiendas se realizan trabajos de clasificación, compactación, almacenaje y entrega a empresas papeleras para garantizar la obtención de pasta de papel como materia prima para la fabricación de nuevas cajas.

—En esta línea, a lo largo de los últimos años también hemos ampliado la certificación FSC a todo nuestro papel de regalo, tiques de aparcamiento, sobres de facturación, bolsas de papel de panadería, empaquetado de Navidad, folletos y catálogos.

—El papel utilizado en nuestras oficinas dispone de la etiqueta europea Ecolabel, certificación ecológica que se concede a todos los productos y servicios que aseguran un bajo impacto ambiental en todo su ciclo de vida.

—En relación al *packaging* de la marca propia de alimentación, trabajamos junto a los proveedores para introducir elementos de sostenibilidad en cada uno de los materiales utilizados. El objetivo es tender hacia envases reciclables y cada vez más sostenibles.

Como hitos más significativos alcanzados durante el último ejercicio:

En el área de supermercado, podremos encontrar distintas alternativas de embalaje para cada producto:

 En el 8% de las secciones de fruta y verdura, se dispone de una bolsa de papel FSC reciclado en un 90%

 El 25% de las bandejas de frutas de nuestros proveedores son compostables con certificado OK Compost

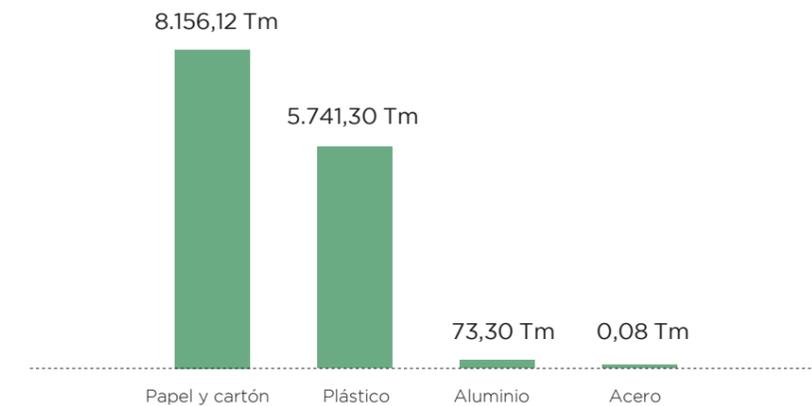
Otras acciones acordadas, cuya implantación finalizará en el próximo ejercicio son:

 13.000.000 bricks con el sello FSC en marca propia

 1.700.000 botellas de marca propia fabricadas con un 25% y 35% de PET reciclado (rPET)

—Además, estamos testando la incorporación de otros materiales y su incidencia en la conservación de los alimentos, concretamente el rPET en las secciones de carne, pescado y charcutería. Y siempre tratando de que los envases sean reciclables.

Consumo de materias primas para la fabricación de embalajes en el ejercicio 2018



Alcance completo

B) REUTILIZACIÓN Y RECICLAJE PARA CERRAR EL CÍRCULO

—En el ámbito de la moda:

- Utilizamos materias primas sostenibles en varias colecciones de moda de marca propia infantil y de juventud, elaboradas con hilo reciclado Recover®, resultante de la mezcla natural de hilo de algodón reciclado y algodón orgánico virgen. Actualmente, podemos encontrar prendas fabricadas con denim reciclado en la marca Easy Wear.
- Hemos dado una segunda vida a nuestras lonas de publicidad, ya que han servido de base para lanzar una colección de complementos de moda que se ha vendido en nuestros centros comerciales.
- Trabajamos con Cáritas a través del proyecto ModaRe con una doble perspectiva circular y social. Por un lado, garantizamos la vuelta al mercado de la ropa usada, bien a través de la reutilización (casi un 54% del total reciclado) o a través de la reconversión del textil en nuevas fibras (37%). Y, por otro, contribuimos a que Cáritas dé empleo a personas en riesgo de exclusión social, tanto en sus plantas de residuos textiles para su reutilización y reciclaje, como en sus tiendas de segunda mano.
- Nuestro objetivo es duplicar los puntos de recogida de ropa usada para 2020.

 35 tiendas con puntos de recogida de ropa usada

 Más de 145.000 kg de ropa recogida

—En otro tipo de productos:

- Recogemos los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) procedentes de nuestros clientes, garantizando su entrega a plantas autorizadas que se encargan de la reutilización de una parte y el despiece del resto para garantizar el posterior reciclaje de los materiales.
- Contribuimos a la fabricación de hummus ecológico de lombriz a partir del residuo orgánico generado en los centros de Galicia. Posteriormente lo comercializamos como abono orgánico a través de tiendas Bricor.
- El Proyecto rEClcla llevado a cabo en nuestras oficinas centrales, ha permitido en 2018 gestionar correctamente 7,8 toneladas de envases para su valoración posterior.

C) APOYAMOS LA INVESTIGACIÓN EN SOSTENIBILIDAD

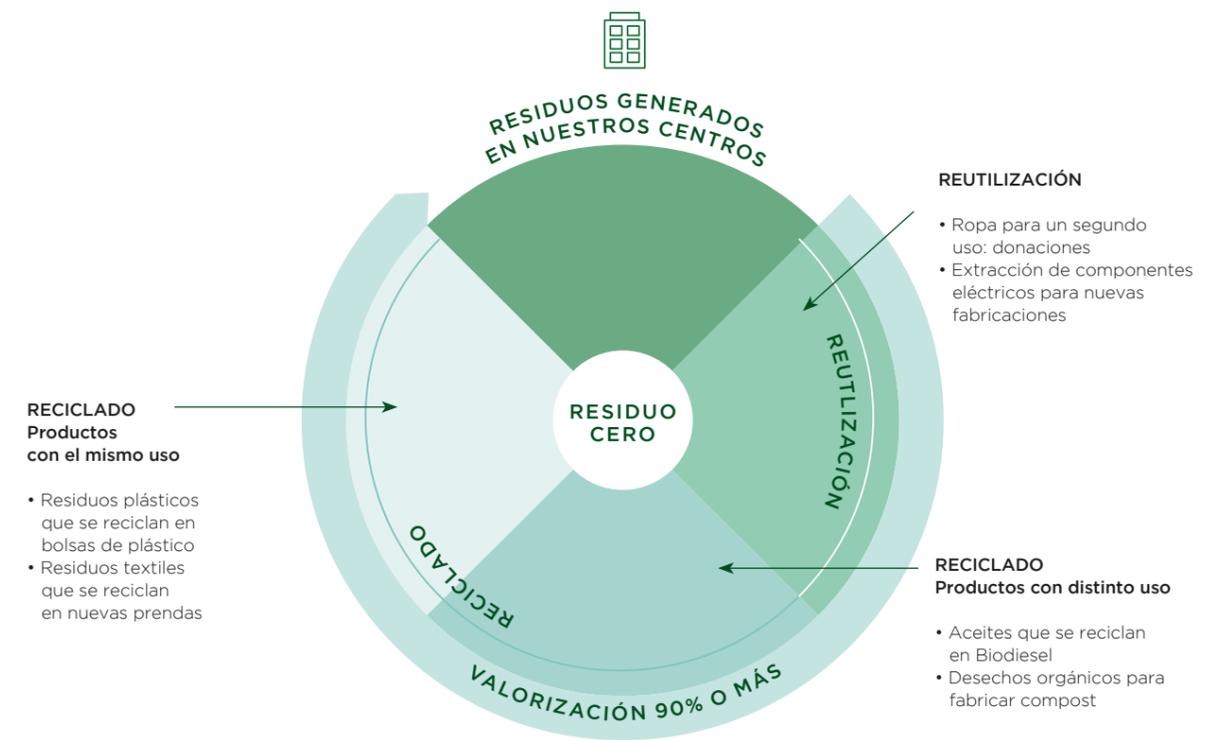
A lo largo de 2018, El Corte Inglés ha participado en un proyecto que pretende impulsar la compra de electrodomésticos eficientes. Tratamos de mejorar así, la información que los consumidores reciben en el punto de venta (en términos de sus costes de consumo eléctrico), ayudando también a optimizar las políticas europeas de eficiencia energética. El proyecto, denominado Conseed (Consumer Energy Efficiency Decision Making) forma parte del programa europeo Horizon 2020 y en él participan diferentes instituciones como el Basque Centre for Climate Change o el Trinity College Dublin.



Continuamos con el proyecto Life EPS SURE iniciado en 2017 que busca ofrecer una solución técnica, ambiental y económicamente viable a las cajas de pescado de poliestireno expandido EPS, convirtiéndolas en nuevos envases adecuados para el contacto alimentario. Con ello se evita tanto el vertedero como el residuo abandonado en el medio ambiente.

D) PROGRAMA RESIDUO CERO

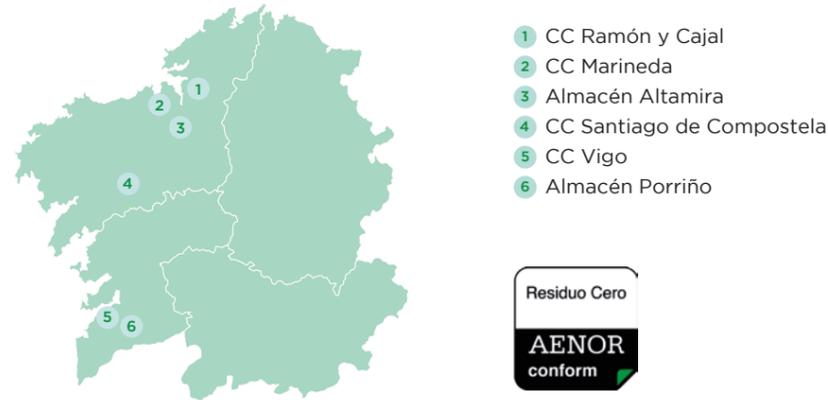
La gestión adecuada de los residuos es una parte fundamental en el desarrollo de la economía sostenible, en la que lo importante no es solo la reducción de los residuos generados sino su transformación en materia prima para utilizarla como nuevos recursos. La mejora de esta gestión es uno de nuestros mayores retos. Por ello, nos hemos fijado el año 2022 como objetivo para alcanzar el Residuo Cero en todos nuestros centros comerciales.



PROYECTO GALICIA RESIDUO CERO

El Residuo Cero es un modelo que pretende que la gran mayoría de residuos constituyan nuevos recursos. Durante el pasado ejercicio, este modelo se ha convertido en una realidad en nuestros centros comerciales y plataformas de El Corte Inglés de Galicia, finalizando en abril de 2019 con la certificación de Aenor con el nº RG 2019001.

El Grupo El Corte Inglés se ha convertido así en la primera empresa de distribución en obtener un certificado Residuo Cero en sus centros comerciales.



Las actuaciones concretas que hemos llevado a cabo han supuesto la reorganización de fracciones de residuos, la optimización de rutas logísticas, la optimización de la carga de los vehículos y la colaboración con los mejores gestores, siendo estos de carácter local siempre que ha sido posible. Asimismo, hemos colaborado con entidades benéficas donando todo lo que aún tiene valor. El éxito de este programa radica en la gran implicación del 100% de nuestros empleados, quienes recibieron una formación previa.

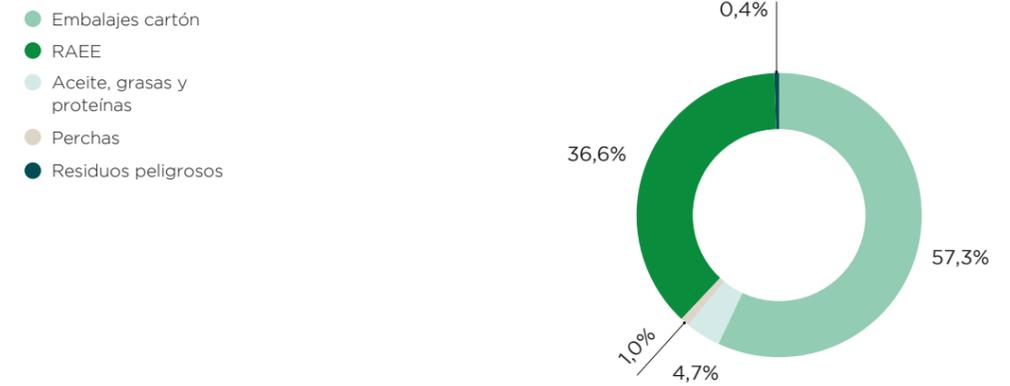
Datos clave del Residuo Cero en Galicia durante el 2018:

- Reducción del desperdicio equivalente a lo generado por 250.000 ciudadanos en un día.
- 97 toneladas de alimentos donadas a través de Banco de Alimentos.
- Más de 1.300 Tm de papel-cartón destinadas a la fabricación de nuevas cajas de cartón para envíos de mercancía en El Corte Inglés.
- 150 toneladas de residuo orgánico convertidas en hummus de lombriz ecológico.
- Reducción al 50% de rutas de transporte de residuos con sus correspondientes ahorros en emisiones de CO₂.

RESIDUOS VALORIZADOS EN 2018

	2017 (Tm)	2018 (Tm)	Operación de valorización
Residuos peligrosos	318	200	Reutilización/Eliminación controlada
Embalajes cartón	31.638	31.772	Fabricación de fibra de papel reciclada
Embalajes plástico	1.394	1.433	Fabricación de granza reciclada
Aceite, grasas y proteínas	2.311	2.584	Biodiesel
Neumáticos	954	-	Fabricación nuevas aplicaciones
Perchas	-	571	Fabricación de granza reciclada
RAEE	20.552	20.336	Reutilización/Reciclaje de piezas
Total	57.167	56.896	

Distribución porcentual de residuos valorizados



Alcance completo

E / 2

LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO

Como participantes del Programa "Protección del Clima" del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, y de la Mesa Europea de Comercio al por Menor, El Corte Inglés asume el compromiso general de reducción de las emisiones de carbono procedente de nuestros productos, servicios y procesos, la disminución del consumo energético y el aumento del uso de fuentes renovables.

FUENTES RENOVABLES

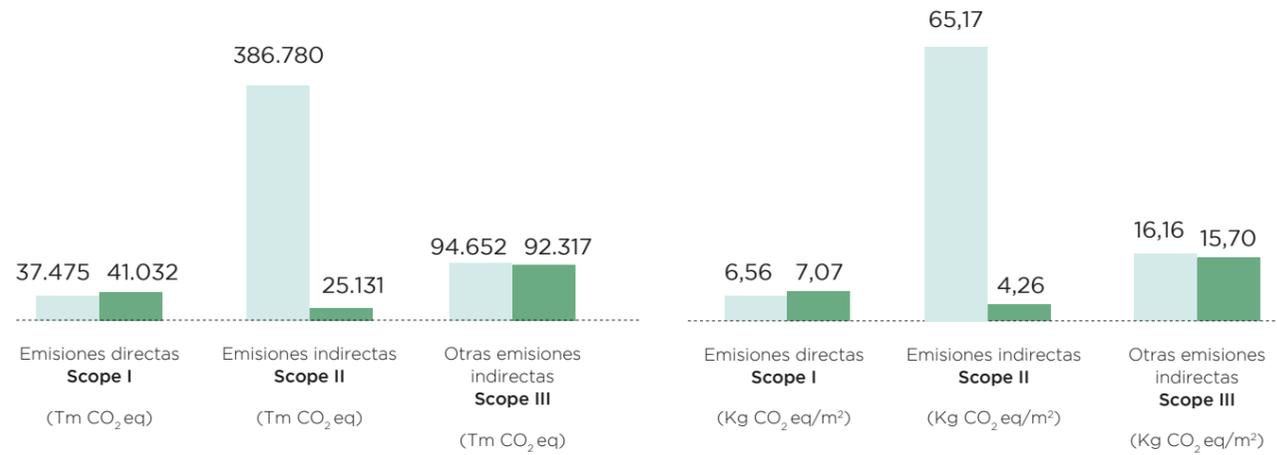
Históricamente el factor de mayor incidencia en la huella de carbono del Grupo han sido las emisiones indirectas asociadas al consumo eléctrico.

Para minimizar este impacto trabajamos a través de dos vías: la reducción de nuestro consumo eléctrico y el uso de energías limpias.

Durante el último ejercicio se ha impulsado la compra de electricidad de origen renovable certificado, racionalizando así el uso de los recursos energéticos y descendiendo las emisiones de CO₂ asociadas a nuestra actividad. En 2018 hemos conseguido que el 98,5% de la energía que consumimos proceda exclusivamente de fuentes de energía renovables y sin emisiones de CO₂ con garantía de origen. Disponemos, además, de instalaciones solares fotovoltaicas de generación de energía, tanto para su vertido a la red como para autoconsumo.

Emisiones de CO₂

● 2017
● 2018



Scope I: Emisiones derivadas del consumo directo de energía. El alcance corresponde a *retail* en España y Portugal, Informática El Corte Inglés y Viajes El Corte Inglés.

Scope II: Emisiones derivadas del consumo eléctrico. Alcance completo.

Scope III: Emisiones derivadas de los desplazamientos de empleados a su lugar de trabajo, viajes de negocio y flota de vehículos subcontratada. Alcance completo.

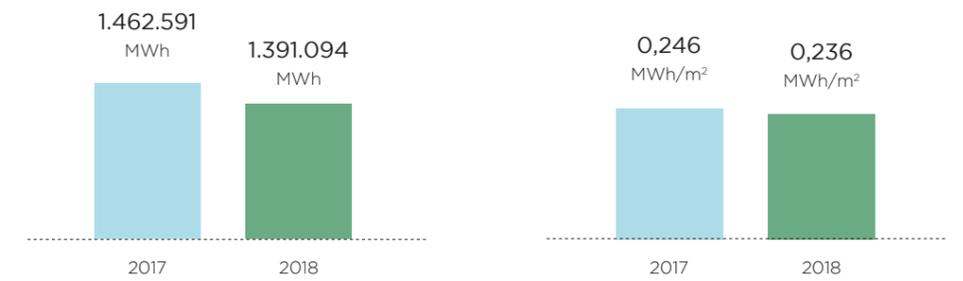


CONTROL DE CONSUMOS, MEJORAS TECNOLÓGICAS Y TRANSPARENCIA

Para minimizar los consumos y optimizar su seguimiento, el Grupo El Corte Inglés constituyó a principios de 2018 un Centro de Control que permite varios niveles de análisis, estableciendo comparativas y evolución por franjas horarias. Asimismo, se analizan otros aspectos que permiten la desagregación del consumo para cada ámbito (frío comercial, climatización, alumbrado y otros), de forma que se puedan identificar anomalías y prescribir mejoras operativas.

El objetivo es tener puntos de telediagnóstico implantados en la totalidad de los centros comerciales para el año 2020.

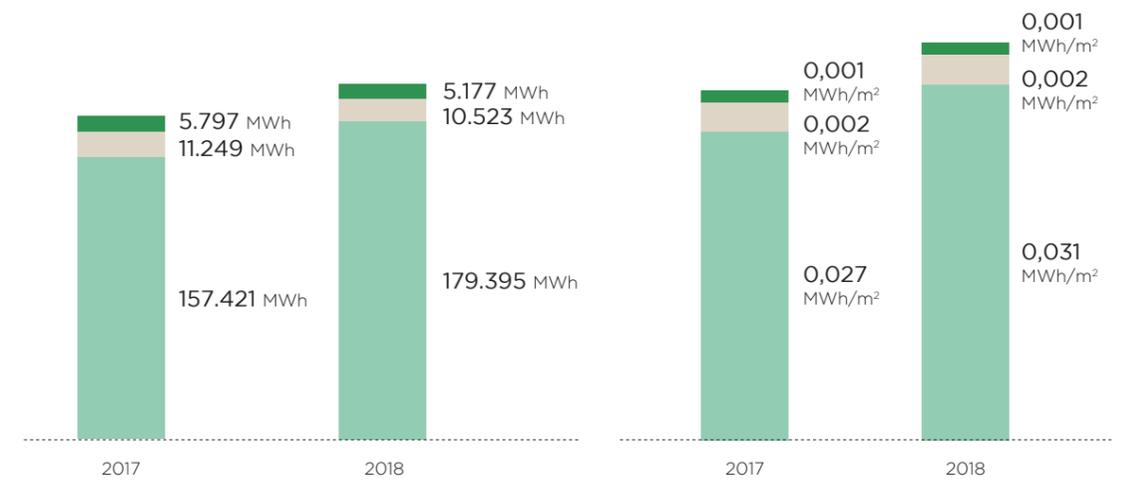
Consumo eléctrico



Alcance: todas las empresas del Grupo

Consumo de combustible

● Gasóleo
● Propano
● Gas natural



El alcance corresponde al negocio de *retail* en España y Portugal, Informática El Corte Inglés y Viajes El Corte Inglés.

En cuanto a las mejoras técnicas y de instalaciones, durante el último ejercicio, se han llevado a cabo diferentes actuaciones que han contribuido a la mejora de la eficiencia energética en las diferentes empresas del Grupo. En los centros de El Corte Inglés, tanto de España

como de Portugal, cabe destacar la actualización de las instalaciones de climatización, iluminación y elementos elevadores. Dichas actuaciones han supuesto un ahorro anual de aproximadamente 3.500 MWh.

Por último, dando continuidad al Programa de auditorías energéticas, durante el último ejercicio se han realizado más de 50 actuaciones en toda la organización, lo que ha permitido detectar oportunidades de mejora relativas a la tecnología utilizada y a la instalación eléctrica.

CONSTRUCCIÓN SOSTENIBLE

El compromiso que hemos adquirido con el medio ambiente nos ha impulsado a integrar progresivamente el concepto de construcción sostenible. Aprovechando la implementación de proyectos de mejora en nuestro desempeño ambiental, hemos avanzado en el proceso de certificación de algunos centros como edificios sostenibles. El primero en obtener esta distinción ha sido la sede central del Grupo Informática El Corte Inglés, certificado en LEED Gold. Este sello de calidad se otorga a los edificios para acreditar su sostenibilidad medioambiental, midiendo entre otros aspectos la eficiencia energética del propio inmueble.

Asimismo, Informática El Corte Inglés, con el fin de aumentar la transparencia en su gestión, ha publicado sus emisiones, auditadas externamente, en la Oficina Española de Cambio Climático (OECC).

El nuevo edificio que Viajes El Corte Inglés ha habilitado para dar servicio a los clientes corporativos ha sido diseñado y decorado con materiales respetuosos con el medio ambiente, pinturas ecológicas y elementos de iluminación de bajo consumo. Este centro de 4.700 m², bautizado como Business Center, es un proyecto vanguardista desarrollado por El Corte Inglés Empresas.

También la nueva sede de Seguros El Corte Inglés ha incorporado criterios medioambientales en su proyecto de remodelación y reforma.

Contribución a la movilidad del futuro

El Corte Inglés lleva años trabajando para dotar a sus Centros Comerciales de puntos de recarga de vehículos eléctricos. Actualmente en nuestras tiendas podemos encontrar más de 160 puntos de recarga que irán aumentando a lo largo de 2019, llegando a ser el mayor parking privado nacional de recarga de vehículos eléctricos.



E / 3

POR UNA GESTIÓN SOSTENIBLE DEL AGUA

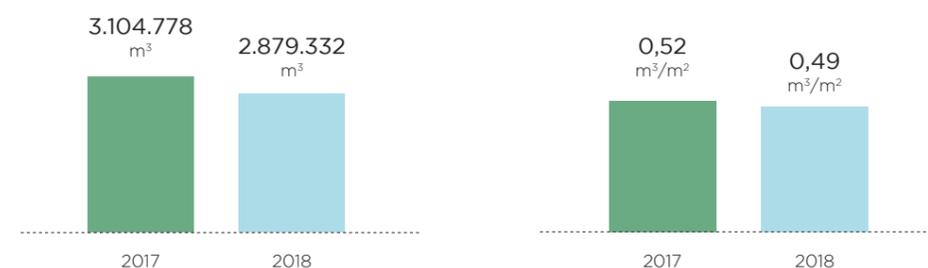
Gestionamos el agua con una perspectiva integral de todo su ciclo para adaptar el consumo a las necesidades operativas.

Asimismo, sentamos las bases para que la adecuada gestión del agua sea un acto implícito en el comportamiento y desempeño diario de nuestros empleados. Para ello, fomentamos su consumo responsable en nuestras instalaciones poniendo a su disposición tanto nuestra política de uso eficiente del agua, como un conjunto de recomendaciones que eviten su mal uso.

En el marco de este Plan de gestión Sostenible del Agua y con el objetivo de minimizar su consumo, hemos realizado obras de aprovechamiento interno del agua de rechazo. Este elemento proviene tanto de los procesos de osmosis, como de los lavabos de nuestros centros, siendo reintroducida en el circuito de fluxores.

Esta medida, junto con otras como la instalación de sistemas ecológicos de fermentación microbiana, ha permitido una reducción en el consumo de agua de un 7,2% con respecto al ejercicio anterior.

Consumo de agua



El alcance corresponde a *retail* en España y Portugal, Informática El Corte Inglés, Grupo de Seguros y Viajes El Corte Inglés.

Del mismo modo, con el fin de controlar los vertidos, hemos ampliado la red de tratamiento biológico de fermentación microbiana, mejorando la calidad de dichos vertidos en nuestras zonas de restauración y supermercados. En el último ejercicio se han incorporado 38 nuevos puntos para reducir la carga contaminante.

E / 4

CERTIFICACIONES AMBIENTALES

Área/Empresa Certificada	Tipo Certificado	Alcance Certificado	Entidad Certificadora
El Corte Inglés	Sistema de Trazabilidad de Gestión de Residuos Residuo Cero	Centros Comerciales Marineda, A Coruña, Santiago de Compostela y Vigo Almacenes Altamira (A Coruña) y Porriño (Vigo)	AENOR RC-2019/0001
El Corte Inglés Empresas	Sistema de Gestión Medioambiental UNE-EN ISO 14001	Oficinas Conde de Peñalver (Madrid) Almacén Las Canteras (Madrid)	AENOR GA-2007/0668 ES-2007/0668
Informática El Corte Inglés	Sistema de Gestión Medioambiental UNE-EN ISO 14001	Oficinas Mirasierra (Madrid) Almacén Granada 50 (Madrid)	AENOR GA-2003/0302 ES-2003/0302
	Registro de Huella de Carbono	Sede en Madrid y en todas sus áreas operativas de España	Oficina Española de Cambio Climático M ^º para la Transición Ecológica
	HdC	Sede en Madrid y en todas sus áreas operativas de España	Applus+ HdC-0050/18
Investrónica	Sistema de Gestión Medioambiental UNE-EN ISO 14001	Almacén Granada 50 (Madrid)	AENOR GA-2003/0301 ES-2003/0301

El proyecto
Vestir el Prado
ha sido realizado
en colaboración con
El Corte Inglés



COMPROMETIDOS
CON LA SOCIEDAD

F

SOCIEDAD

El Corte Inglés mantiene desde sus orígenes un compromiso con la sociedad que le lleva a implicarse y a participar de forma activa en el entorno en el que actúa. Desarrollamos nuestro negocio integrando ese compromiso en las líneas estratégicas del Grupo.

La relación que mantenemos con la sociedad se materializa en la generación de valor añadido en nuestros grupos de interés a través de distintos ejes de actuación, de manera que propiciemos una mejora real y medible en el tiempo.

Estamos comprometidos con el desarrollo económico, cultural, social y medioambiental de las comunidades en las que estamos presentes. En 2018 hemos avanzado en todos esos compromisos.

15.413

MILLONES DE VALOR
ECONÓMICO DISTRIBUIDO

MÁS DE

1.000 Tm

DE ALIMENTOS DONADOS DESDE
NUESTRAS TIENDAS

38

ESTABLECIMIENTOS
CERTIFICADOS EN
ACCESIBILIDAD

261

INSTITUCIONES Y
ASOCIACIONES EN LAS QUE
EL GRUPO ESTÁ PRESENTE

MÁS DE

1.000

ACTIVIDADES
DEPORTIVAS
PATROCINADAS

600.000

EUROS APORTADOS A UNICEF PARA LOS
DERECHOS DE LA INFANCIA

NUESTRA CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO SOSTENIBLE

A TRAVÉS DE...

– GENERACIÓN DE
VALOR ECONÓMICO Y SOCIAL

– MODELO DE NEGOCIO
INCLUSIVO Y ACCESIBLE

– VINCULACIÓN CON EL ENTORNO

– PARTICIPACIÓN
ACTIVA EN ORGANIZACIONES
E INSTITUCIONES

Entidad	Colaboración / Alianza	ODS al que aplica
Banco de alimentos	 Proyectos: Gran recogida Gestión de mermas alimentarias de supermercados	
UNICEF	 Alianza con UNICEF; ECI distribuidor comprometido con los derechos infantiles	   
CÁRITAS	 Proyecto: Economía circular en sector textil	 
AECC	 Alianza integral; Proyecto principal: ECI se viste de rosa	
Compromiso con la diversidad	Proyectos: Fundaciones INTEGRA e INSERTA, Cruz Roja	
Alianzas estratégicas		



F / 1

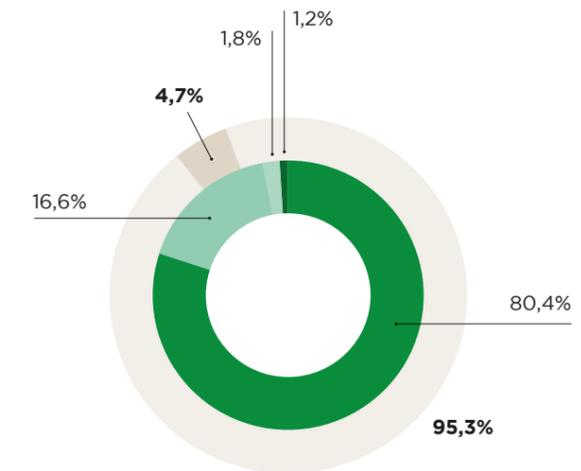
GENERACIÓN DE VALOR ECONÓMICO Y SOCIAL

El Grupo El Corte Inglés contribuye a la creación de valor y al crecimiento económico y social, incidiendo positivamente en el empleo, en las arcas públicas y en la economía en su conjunto.

VALOR ECONÓMICO GENERADO EN 2018²⁵

En 2018, la actividad realizada por el Grupo ha generado un valor económico de 16.168 millones de euros, correspondiendo casi en su totalidad a los ingresos de explotación. El 95,3% de este importe, 15.413 millones de euros, es valor distribuido a la sociedad en general, mientras que el 4,7% restante ha sido retenido.

- Retenido
- Distribuido
 - Proveedores
 - Empleados
 - Accionistas y financiadores
 - Administraciones públicas



La actividad del Grupo ha permitido seguir contribuyendo a la mejora de la economía en los países donde estamos presentes, en especial, en España, donde se localiza el 94% de la plantilla y el 84% de las compras a proveedores. El beneficio neto consolidado se situó por encima de 258 millones de euros, un 28% más respecto al ejercicio anterior.

A cierre del ejercicio 2018, el beneficio antes de impuestos y de ajustes de consolidación en los diferentes países donde operamos ha ascendido a 496 millones de euros, de los que 450 millones corresponden a España, 38 a Portugal, y 8 millones a otros países.

25. Calculado de acuerdo al indicador 202-1 de GRI Standards.

El Grupo El Corte Inglés contribuye significativamente a las arcas públicas. Dicha contribución se concreta tanto en los impuestos efectivamente soportados y pagados durante el ejercicio por las empresas del Grupo, como en los impuestos recaudados como consecuencia de nuestra actividad económica. A ello hay que añadir la contribución a la Seguridad Social.

Así, la **aportación a las arcas públicas** del Grupo en el ejercicio 2018 ha ascendido a 2.050 millones de euros²⁶, repartidos del siguiente modo:

- **850 millones de euros** son tributos soportados, de los cuales 276 millones corresponden a impuestos (36 millones son impuestos sobre beneficios) y 574 millones a Seguridad Social por cuenta de las empresas del Grupo.
- **1.200 millones de euros** son tributos recaudados, de los cuales 798 millones corresponden a impuestos, 120 millones a Seguridad Social por cuenta de empleados y 282 millones a retenciones sobre los salarios de los empleados.

Desde el punto de vista geográfico, el impuesto sobre beneficios del Grupo se reparte entre España (53%), Portugal (36%) y otros países (11%).

Por otra parte, el Grupo ha obtenido subvenciones y ayudas públicas por importe de 8 millones de euros, de los cuales 7 millones corresponden a subvenciones y un millón a ayudas por otros conceptos.

26. El IVA considerado es la liquidación neta ingresada en las arcas públicas. Si se considerara el IVA repercutido por las ventas y servicios prestados, sin descontar el IVA soportado, la cifra de impuestos recaudados ascendería a 2.665 millones de euros y la contribución total a las arcas públicas sería de 3.917 millones de euros.

MODELO DE NEGOCIO INCLUSIVO

En el Grupo El Corte Inglés avanzamos en nuestro crecimiento empresarial mediante un modelo de negocio inclusivo, generando igualdad de oportunidades y mostrándonos especialmente sensibles ante los colectivos más vulnerables. Por ello, hemos firmado diversos acuerdos con los que nos comprometemos a propiciar su inserción laboral.

Formamos parte del primer grupo de compañías que se adhirieron a la Red de Empresas por una Sociedad Libre de Violencia de Género promovida por el Ministerio de Igualdad, y hemos firmado acuerdos de colaboración con Cruz Roja Española y Fundación Integra para ofrecer oportunidades laborales a mujeres víctimas de violencia de género y otros colectivos en riesgo de exclusión social. A esto hay que sumar el convenio firmado en julio de 2018 con la Fundación Inserta para la inserción laboral de personas con discapacidad, los acuerdos con instituciones como el Secretariado Gitano, Fundación ONCE, ACNUR, Cáritas, La Casa Gitana... así como numerosas organizaciones de ámbito regional y local.

La promoción del desarrollo económico local ha estado presente en la estrategia del Grupo desde sus comienzos, primando la compra de productos locales y de proximidad. Prueba de ello es que más del 84% de nuestras compras son realizadas en España.

UN NEGOCIO ACCESIBLE PARA TODOS

Nuestro compromiso con la sociedad nos ha llevado a avanzar en un modelo de negocio sin barreras y accesible. Nuestro personal de tienda está formado para atender de la manera más adecuada a los clientes con capacidades diferentes, asegurando así nuestra excelencia en el servicio.



Nuestros 4 ejes de acción en accesibilidad:

- Adecuación estructural y eliminación de barreras arquitectónicas.
- Formación del personal para que sean facilitadores.
- Señalización braille y en alto relieve.
- Inclusión de medios técnicos como planos o bucles magnéticos.

Se trata de un proyecto que gira en torno a la accesibilidad como concepto integrador e incluyente para colectivos con necesidades especiales.

Desde 2015 hemos avanzado en la certificación de la accesibilidad de algunos de nuestros supermercados y salas hipermercado. Supercor ha sido la primera empresa del sector en certificar sus tiendas. A cierre de 2018 tenemos 38 establecimientos certificados y dos en proceso.

F / 3 VINCULACIÓN CON EL ENTORNO

Nuestra relación de proximidad con el entorno se manifiesta en el apoyo que damos a numerosas actividades locales, regionales, nacionales e internacionales. A través de tres grandes áreas: Cultura, Deporte y Acción Social afianzamos nuestra posición como empresa sensible a las necesidades de la sociedad que nos rodea.

DEPORTE

El deporte aúna algunos de los valores intrínsecos de nuestro Grupo, como son el trabajo en equipo, la convivencia entre las personas y el espíritu de superación personal.

Durante el ejercicio 2018 hemos patrocinado más de 1.000 eventos deportivos. Hemos sido parte de importantes competiciones deportivas como la Liga de Fútbol Profesional y LaLiga Genuine para personas con discapacidad, la Liga de Baloncesto ACB y, además, hemos ocupado la categoría de *National Supporter* durante el Mundial Femenino de Baloncesto de 2018.

Somos uno de los ocho socios patrocinadores del programa ADO, cuyo objetivo es ayudar a los deportistas españoles a llegar en las mejores condiciones posibles a las citas olímpicas.

Lo mismo ocurre con el Mutua Madrid Open, la Federación Española de Tenis y la Federación Española de Atletismo.

Como novedad del ejercicio, nos hemos introducido en la disciplina de patinaje sobre hielo patrocinando el espectáculo "Revolution On Ice" de la mano de Javier Fernández, campeón del mundo y siete veces campeón de Europa.

Asimismo, durante este ejercicio hemos continuado impulsando nuestro Circuito de Running que pretende fomentar los hábitos de vida saludable y el trabajo en equipo, y hemos patrocinado la San Silvestre de Lisboa 2018.

También organizamos actividades de base en numerosas disciplinas como las carreras populares (hemos participado en más de 300 durante 2018), o torneos de diversa índole, muchos de ellos de carácter social.

Una de las carreras más populares y que cuenta ya con una amplia trayectoria deportiva es la Cursa El Corte Inglés que cada año congrega en Barcelona a miles de participantes, habiéndose convertido en una de las principales carreras que se celebran en el mundo en su categoría, y que en el 2018 cumplió su 40 Aniversario.

En nuestro afán por llegar a todas aquellas comunidades locales en las que estamos presentes, también apoyamos competiciones de deportes autóctonos como la galotxa, la pelota mano o las traineras.



CULTURA

La cultura es un poderoso instrumento de cohesión social y un elemento fundamental para el desarrollo de la sociedad. Por ello, cada año impulsamos numerosas iniciativas relacionadas con la literatura, el teatro, la música, el arte, el cine, la fotografía o la danza.

Desde El Corte Inglés Portugal, hemos creado en este ejercicio la publicación propia "M(A)*gazine" para la divulgación tanto de las actividades culturales promovidas por nosotros como las de las más importantes instituciones del país. También ha promovido la campaña "Dona un libro". La iniciativa ha tenido muy buena acogida entre los trabajadores, y los libros recogidos han sido donados a la biblioteca de un centro de salud de Vilanova de Gaia.

La mayoría de las actividades se realizan en salas ubicadas en nuestros propios centros comerciales. En este sentido, en El Corte Inglés de Portugal se organizaron 307 actividades, a las que asistieron cerca de 24.300 personas.

En España, Ámbito Cultural de El Corte Inglés realizó 2.500 eventos en los que participaron unas 150.000 personas. También se llevaron a cabo 1.691 actividades infantiles de Pitiflú (cuentacuentos, teatro, cine, etc.) en 34 centros comerciales, a los que asistieron 33.820 personas.

Además de las actividades que se desarrollan en nuestros propios centros comerciales, en este ejercicio hemos seguido colaborando con instituciones de referencia del mundo de la cultura como el Museo del Prado, el Teatro Real de Madrid, el Museo de Bellas Artes de Bilbao, el Palacio de Congresos y Auditorio de Navarra, el Auditorio de Navarra -Baluarte- en Pamplona, el Museu d'Art Modern i Contemporani Es Baluard de Palma de Mallorca, y la Academia de Bellas Artes de San Carlos en Valencia, entre otros.

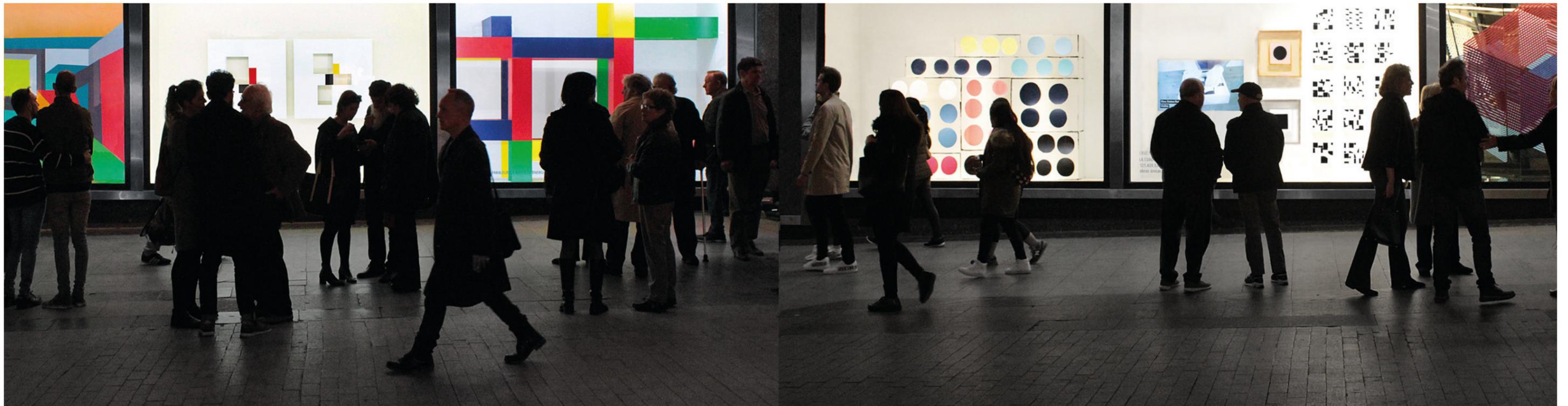
En 2018, además de apoyar el Festival PhotoEspaña por cuarto año consecutivo y la Feria Internacional de Arte Contemporáneo de Madrid (ARCO), hemos sumado las nuevas ferias artísticas de JustMadX y Drawing Room. Una de las acciones más destacadas de este ejercicio es el patrocinio Vestir el Prado, que se inició en el mes de noviembre de 2018 y cuyo recorrido tendrá lugar durante todo el 2019 coincidiendo con los actos de conmemoración del Bicentenario del Museo del Prado.

Además, hemos patrocinado ocho de las Meninas de la Exposición Urbana "Meninas Madrid Gallery" integrada en el proyecto Madrid Capital de Moda y promovida por el Ayuntamiento de Madrid y Acotex.

ACCIÓN SOCIAL

Somos un Grupo solidario con las personas que más lo necesitan y una de las maneras de colaborar es mediante alianzas, aportación de donaciones y actividades de voluntariado. En el ejercicio 2018, la aportación a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro alcanzó más de 3 millones de euros. Por otro lado, la cifra de patrocinios de iniciativas y eventos ascendió a cerca de 6 millones de euros.

Con el foco en la comunidad local y con unas directrices generales a nivel corporativo, cada línea de negocio participa en iniciativas regionales y en aquellas que se promueven a nivel de Grupo, tanto con empleados como con clientes.

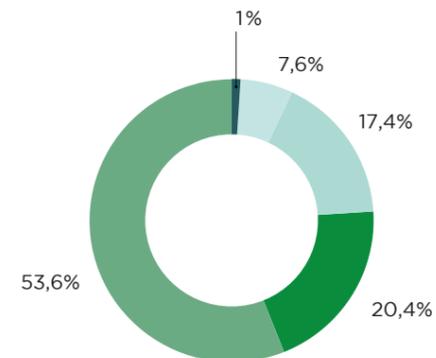


Tres son los ejes estratégicos sobre los que se sustenta nuestra acción social:

- Infancia y juventud
- Salud y bienestar
- Sostenibilidad

ACTIVIDADES

Modalidad	Total
Coop. y ayuda al desarrollo	65
Infancia y juventud	174
Salud y bienestar	149
Sostenibilidad	9
Varios social	458
Total general	855



INFANCIA Y JUVENTUD

En 2017 firmamos un acuerdo de colaboración con UNICEF por el que nos convertimos en la primera gran empresa española en comprometerse a proteger los derechos de la infancia a través de sus actividades y políticas empresariales, además de programar acciones de concienciación y recaudación de fondos con clientes y empleados para que se sumen a nuestro compromiso.

El ejercicio 2018 supone el ecuador de esta alianza, llevando recaudados cerca de 600.000€ y habiendo desarrollado distintas campañas orientadas a los derechos de los niños. Entre estas acciones figuran las Tarjetas Solidarias instaladas en las áreas de alimentación para donativos de clientes, la Campaña Vuelta al Cole o los Juguetes Solidarios en el periodo de Navidad.

También participamos activamente en la campaña Comparte y Recicla, una acción solidaria que tiene como objetivo la recogida y recuperación de juguetes para su donación a asociaciones benéficas españolas.

SALUD Y BIENESTAR

Mantenemos desde hace años una estrecha colaboración con la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) y fruto de ello es el proyecto conjunto que desarrollamos contra el cáncer de mama. Se trata de una iniciativa que ha evolucionado muy positivamente y que nos ha permitido financiar, en su totalidad, dos proyectos de investigación en el Hospital Vall d'Hebron Instituto de Oncología de Barcelona (VHIO).

En este programa, que tiene especial visibilidad durante el mes de octubre, participan de forma activa y con gran implicación los empleados, proveedores y clientes. También intentamos fomentar la concienciación social y trabajamos bajo el *hashtag* #ECISeVistedeRosa en redes sociales a fin de crear un movimiento global. En este contexto se enmarca el patrocinio del concierto Por Ellas a favor de la AECC y contra el cáncer de mama.

Asimismo, desde nuestros Servicios Sanitarios se llevan a cabo diferentes iniciativas para facilitar información y ayudar a nuestros empleados frente a esta enfermedad.

Además, El Corte Inglés también está comprometido con la oncología infantil habiendo colaborado en proyectos puntuales con varias fundaciones, como la Fundación Aladina, Unoentrecienmil y El Sueño de Vicky.

Uno de los hitos más importantes en este ámbito es el Proyecto de Registro de Oncología Infantil del Hospital Niño Jesús. Realizado en colaboración con la Fundación de Oncohematología Infantil del Hospital Niño Jesús, la Fundación Ramón Areces e Informática El Corte Inglés, ha desarrollado el primer registro de España centrado en el seguimiento de pacientes que padecieron oncología infantil.

SOSTENIBILIDAD

Mantenemos un compromiso activo por la sostenibilidad con numerosas acciones e iniciativas, la mayor parte de las cuales están descritas en el apartado de Medio Ambiente. A todas las ya citadas hay que añadir una especialmente relevante: la relacionada con el desperdicio alimentario.

Seguimos trabajando en la consecución de los objetivos de nuestro Programa de Reducción del Desperdicio Alimentario en línea con el ODS 12 de producción y consumo responsable y su meta de reducir a la mitad el desperdicio de alimentos para el año 2030. Nuestro marco de actuación abarca todas las fases del proceso, desde una mejor planificación en la gestión del stock a la adecuada conservación y buenas prácticas de manipulación de alimentos.

Otro hito importante del ejercicio es nuestra participación en la 1ª semana contra el Desperdicio Alimentario celebrada en España por la Asociación de Empresas de Gran Consumo. Bajo el lema "La alimentación no tiene desperdicio. Aprovéchala" y de forma simultánea con todos los eslabones de la cadena alimentaria, se han llevado a cabo acciones de sensibilización, información y formación, tanto hacia los consumidores como a los empleados.

La implicación tanto de la dirección como de los empleados resulta fundamental y se hace patente al haber evitado el desaprovechamiento de 1.029.219 kg de alimentos que han sido donados desde nuestras tiendas a comedores sociales a través de distintas entidades benéficas. Si en el ejercicio anterior, el 69% de nuestros establecimientos en España y Portugal eran centros donantes, este año la cifra se eleva al 88%. La incorporación progresiva de nuevos supermercados de El Corte Inglés y de las tiendas Supercor al programa, ha llevado consigo que el incremento en la cantidad de donaciones de este ejercicio respecto al año anterior sea del 76%.

A ello hay que añadir la colaboración con los Bancos de Alimentos con acciones como la Gran Recogida y operaciones kilo. Así, en 2018 hemos gestionado más de 830.000 Kg de alimentos en la Gran Recogida a nivel nacional y 153.513 Kg en la Operación Kilo de Madrid del mes de junio, para lo que cedemos espacio en nuestros puntos de venta de alimentación.

Además, el Grupo mantiene su compromiso de donar un 10% adicional a la cantidad aportada por clientes y empleados en la Gran Recogida.

Asimismo, en el marco de la concienciación por la sostenibilidad, desarrollamos y participamos en diversas iniciativas, entre las que destacan La Hora del Planeta con el apagón de todas nuestras fachadas de centros comerciales, o las acciones que organizamos durante nuestro Mes de la Sostenibilidad (talleres infantiles y eco-encuentros, entre otras).

Solidaridad que traspasa fronteras

Respondemos activamente con solidaridad ante situaciones de emergencia que precisen ayuda en cualquier lugar del mundo. Este año, tras el tsunami acontecido en Indonesia, nos unimos a UNICEF para apoyar el trabajo desplegado en el país y garantizar a los niños, niñas y sus familiares el acceso al agua potable, saneamiento e higiene, nutrición y protección.

Solidaridad en común

El voluntariado corporativo es uno de los programas incluidos dentro de nuestro Plan de RSC. En el caso de Viajes El Corte Inglés 50 empleados de diferentes delegaciones participaron por sexto año consecutivo en el Día Solidario de las Empresas.

En El Corte Inglés Seguros, hemos aprobado un proyecto que tiene por objeto favorecer la participación de nuestros empleados en acciones de voluntariado, proporcionando a cada trabajador 16 horas al año dentro de la jornada laboral para tal fin y un crédito de hasta 8 horas al año a disfrutar fuera de la jornada en acciones de voluntariado.

Asimismo, con El Corte Inglés Empresas participamos en la sexta edición "Soul Food Nights" con la presencia de 27 grandes chefs; el dinero recaudado fue destinado a Acción contra el Hambre.

F / 4

PARTICIPACIÓN ACTIVA EN ORGANIZACIONES E INSTITUCIONES

Como compañía responsable estamos implicados en la sociedad y respondemos en consecuencia participando en un amplio número de asociaciones e instituciones.

A través de las diferentes empresas del Grupo El Corte Inglés estamos presentes en un total de 261 entidades, que abarcan desde las instituciones nacionales de representación empresarial más relevantes como las Cámaras de Comercio y la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), hasta otras de carácter sectorial como la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales (AECC), la Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC), la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED), el Instituto de Turismo de España y la Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados (ACES), entre otras. En Portugal, la principal fundación es Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição.

A nivel internacional, estamos integrados en Eurocommerce, la organización que representa a todo el comercio ante la Unión Europea, en el *European Retail Round Table* (ERRT) y en la *International Association of Department Stores* (IADS), entre otras.

Sin embargo, es en los organismos que estudian y promueven la RSC donde en los últimos años hemos incrementado nuestra presencia. Estamos comprometidos con el Desarrollo Sostenible a través de una intensa participación en foros e iniciativas empresariales de RSC. De este modo, asumimos compromisos conjuntos con la industria y mantenemos alianzas estratégicas con las siguientes instituciones:



Además, como miembro adherido al Pacto Mundial de Naciones Unidas, asumimos como propios los principios de respeto a los derechos humanos, laborales, medioambientales y contra la corrupción que integran este código ético internacional.



OFRECEMOS UNA
RESPUESTA INTEGRAL
A LAS NECESIDADES DE
NUESTROS CLIENTES

G

COMENTARIOS
POR LÍNEAS DE NEGOCIO

123
PRINCIPALES
CIFRAS ECONÓMICAS GRUPO
EL CORTE INGLÉS 2018

124
EMPRESAS DE *RETAIL*

134
TIENDAS DE PROXIMIDAD
SUPERCOR

135
SFERA

136
BRICOLAJE BRICOR

137
GRUPO VIAJES
EL CORTE INGLÉS

139
GRUPO INFORMÁTICA
EL CORTE INGLÉS

141
GRUPO SEGUROS
EL CORTE INGLÉS

143
IMPLANTACIÓN
DEL GRUPO EL CORTE INGLÉS

El Grupo El Corte Inglés mantiene desde sus orígenes una política de servicio al cliente y de adaptación a las nuevas demandas y necesidades de la sociedad, que le ha llevado a crear diferentes formatos comerciales, desde los grandes almacenes El Corte Inglés, hasta los supermercados Supercor, la cadena de moda y complementos de Sfera, los establecimientos de bricolaje Bricor, las agencias de Viajes El Corte Inglés, Informática El Corte Inglés y el Grupo de Seguros, entre otros.

Todas las empresas del Grupo, a través de sus respectivos órganos de Dirección, comparten el mismo propósito para establecer políticas que permitan identificar y prevenir los riesgos que comportan sus correspondientes áreas de actividad. En este sentido, se han establecido sistemas de prevención y gestión de los posibles riesgos que puedan acontecer, así como diversas líneas de actuación que garanticen los compromisos del Grupo con los clientes, proveedores, empleados, accionistas, medio ambiente y sociedad en general.



G / 1

PRINCIPALES CIFRAS ECONÓMICAS GRUPO EL CORTE INGLÉS 2018



Durante el ejercicio 2018 (cerrado el 28 de febrero de 2019), el Grupo ha alcanzado una cifra de negocios consolidada de 15.783 millones de euros, lo que supone un incremento del 1,1% respecto al ejercicio anterior. El beneficio consolidado se situó en 258,2 millones de euros, es decir, un 27,7% más que en el año precedente, mientras que el Ebitda aumentó un 2,2% hasta alcanzar los 1.074,9 millones.

La cifra de negocios y el Ebitda correspondientes al ejercicio 2018 obtenidos por las diferentes líneas de actividad del Grupo El Corte Inglés han sido los siguientes:

Línea de negocio	Cifra de negocios (millones de euros)	Variación con respecto a 2017* (%)	EBITDA (millones de euros)	Variación con respecto a 2017* (%)
Empresas de Retail	12.973,84	0,37	881,93	0,31
Grupo Viajes El Corte Inglés	2.721,98	4,95	63,84	17,94
Grupo Informática El Corte Inglés	703,00	-4,66	34,59	7,19
Grupo Seguros El Corte Inglés	199,46	9,25	81,12	10,60
Otras líneas de negocio	106,92	-19,41	12,75	99,53
Ajustes y eliminaciones de consolidación	-922,18	4,03	0,67	-89,48
Grupo El Corte Inglés	15.783,04	1,10	1.074,91	2,20

* Cifras modificadas a efectos comparativos tras la venta de Óptica 2000 y la contabilización de determinados ingresos promocionales como menos aprovisionamientos.

Durante 2018 se han realizado inversiones por un valor de 396 millones, la mayor parte de las cuales se han destinado a mantener el estándar de calidad de los centros comerciales y a reforzar el negocio digital.

Además, en el ejercicio han tenido lugar una serie de acontecimientos de relevancia para el conjunto del Grupo. En el mes de septiembre se cerró con éxito una emisión de bonos senior por importe de 600 millones de euros con vencimiento en 2024. Tres meses después se llevó a cabo una colocación privada de bonos senior por valor de 90 millones de euros que ofrecían las mismas condiciones que la emisión anterior. El objetivo de ambas operaciones era la diversificación de las fuentes de financiación.

En paralelo, se ha puesto en marcha un proceso de desinversión de activos inmobiliarios no estratégicos, que se espera materializar, en su mayor parte, a lo largo de 2019. El importe que se obtenga con dichas desinversiones se destinará, principalmente, a reducir deuda.

Otro de los acontecimientos relevantes que tuvieron lugar en el ejercicio 2018 fue el acuerdo con el grupo holandés GrandVisión que adquirió Optica2000. Esto va a permitir a la cadena especializada en productos y servicios ópticos y de audición iniciar una nueva etapa de crecimiento de la mano del líder mundial en el segmento de ópticas. Los establecimientos de Optica2000 ubicados en los grandes almacenes seguirán prestando asesoramiento y servicio a los clientes de El Corte Inglés.

G / 2 EMPRESAS DE RETAIL



El negocio de la distribución constituye la base sobre la que se ha ido construyendo el Grupo El Corte Inglés. Además de los grandes almacenes El Corte Inglés, contamos con los hipermercados Hipercor, la cadena de supermercados Supercor, la enseña especializada en moda Sfera y los establecimientos de bricolaje Bricor. Uno de los objetivos sobre los que se ha trabajado intensamente en los últimos años ha sido el aprovechamiento de sinergias entre las distintas empresas del Grupo y muy especialmente entre todas las sociedades que operan en el negocio del *retail*.

En este sentido, se han realizado integraciones de equipos con el fin de mejorar procesos y ganar en eficiencia y rentabilidad. Esto nos llevó hace dos años a fusionar

9,3/10

Nivel de satisfacción de clientes

MÁS DE

518

Millones de visitas a centros comerciales

MÁS DE

1,7

Millones de referencias de productos en centros comerciales

77%

De los pedidos se entregan en menos de 48h

17,6

Horas de formación por empleado

1.186.958

Horas de formación

la sociedad Hipercor con El Corte Inglés, lo que supuso un importante avance tanto en el área de compras como en el de ventas.

Durante 2018 se ha continuado con el aprovechamiento de sinergias entre los distintos formatos comerciales y se ha empezado a estudiar la posibilidad de fusionar la cadena Bricor con El Corte Inglés. Esto permitiría una optimización de los recursos y una serie de mejoras competitivas que beneficiarían a nuestros clientes.

GRANDES ALMACENES EL CORTE INGLÉS

El gran almacén es el formato comercial con mayor peso específico dentro del Grupo, ya que representa el 71,2% del total. En 2018 alcanzó una cifra de negocios de 11.761,64 millones de euros.

El modelo de negocio de El Corte Inglés se basa en una oferta comercial con gran variedad de surtido, en permanente renovación, con productos y servicios innovadores y adecuados a las últimas exigencias del mercado. Es un gran escaparate para las marcas que encuentran en el gran almacén el mejor posicionamiento para mostrar, de forma permanente, las últimas novedades en moda, hogar, belleza, tecnología, alimentación, restauración, ocio y cultura. Un amplio portfolio de firmas de prestigio, tanto nacionales como internacionales, a las que se suman, en algunos casos, las marcas propias de El Corte Inglés.

Todo ello, unido a los compromisos de calidad y garantía, permite satisfacer a clientes con diferentes gustos, intereses y posibilidades económicas.

La vocación de servicio y una actitud de innovación permanente, han transformado los centros comerciales en lugares de experiencias donde el cliente no sólo puede adquirir productos y servicios, sino también vivir y sentir sensaciones. Los grandes almacenes de El Corte Inglés son un lugar de encuentro donde se puede disfrutar de una buena gastronomía, experimentar la realidad virtual, relajarse en los espacios de salud y belleza, dejarse aconsejar por un *personal shopper* o asistir a un encuentro literario, entre otras muchas actividades.



LUGAR DE ENCUENTRO Y EXPERIENCIAS

ESPACIOS DE REALIDAD VIRTUAL

Casi 1.500 m² para experimentar sensaciones límites en deportes de riesgo o para jugar al fútbol con los máximos goleadores del momento

ESPACIOS DE SALUD Y BELLEZA

Más de 200 operadores que ofrecen tratamientos faciales o corporales, asesoramiento médico estético, blanqueamiento dental...

PERSONAL SHOPPER

Más de 50 asesoras de imagen aconsejan sobre las tendencias de la temporada y el estilo que mejor sienta en función de la complejión, estatura y tono de piel

RESTAURACIÓN

400 espacios dedicados a la gastronomía, entre ellos 98 cafeterías, 40 restaurantes propios y 10 Gourmet Experience en los que operan prestigiosos chefs y marcas privadas

DEPORTES

Más de 2.000 análisis de pisada para los amantes del *running* y servicio de *sneakers cleaning*, con más de 4.000 limpiezas gratuitas de zapatillas con productos especiales. Además, en 2018 se ha inaugurado en Valencia el primer centro de entrenamiento personal

CULTURA

Más de 2.500 acciones en las 21 salas de Ámbito Cultural. Conciertos, lecturas teatralizadas, tertulias, mesas redondas, exposiciones, etc.

OCIO INFANTIL

37.800 niños participan en más de 1.800 actividades infantiles. 62 centros cuentan con atracciones infantiles, algunas al aire libre. 7 operadores educativos como las ludotecas Maravillas

Servicios	Centros	Operadores
Peluquerías	75	44
Dentistas	23	12
Certificaciones médicas	16	6
Medicina estética	22	4
Centros médicos	4	3
Ortopedias	4	2
Manicura	14	9
Depilación láser	37	6
Podología	9	5
Tintorerías	74	16
Composturas	38	7
Relojeros	80	40
Zapateros	70	5
Floristerías	42	35

Para desarrollar el concepto de gran almacén como lugar de experiencias, contamos con numerosas empresas y entidades con quienes hemos llegado a alianzas de colaboración. Es el caso de LaLiga que en diciembre de 2018 puso en marcha novedosos espacios experienciales en los centros de Castellana (Madrid), Nervión (Sevilla), Pintor Sorolla (Valencia) y Cornellà (Barcelona); más de 87.000 visitantes han podido disfrutar de actividades interactivas con sus jugadores favoritos.

Esto complementa otros espacios de realidad virtual como la tienda Samsung Store Callao (Madrid), que se inauguró en diciembre de 2017, con más de 1.200 m² para experimentar sensaciones e interactuar con las últimas novedades tecnológicas. O el Wonder Photo Shop, también en el centro de Callao, donde Fujifilm España ofrece un espacio experiencial de fotografía.

Una de las novedades que se han lanzado este año es Soluciones y Servicios, enmarcada en el área de tecnología, que facilita al cliente la posibilidad de configurar y reparar aparatos de informática y telefonía.

Enmarcado en esta filosofía de innovación y servicio, en 2018 sellamos un acuerdo con ING para que los clientes puedan sacar dinero en las cajas de los establecimientos Supercor, en Hipercor y en los supermercados El Corte Inglés. Esto amplía el servicio de pago por móvil Samsung Pay para los usuarios de la tarjeta de compra El Corte Inglés que pusimos en marcha previamente. Asimismo, hemos incorporado en todos nuestros establecimientos la posibilidad de utilizar Alipay, la mayor plataforma de pago móvil en China, con el fin de ofrecer un servicio más personalizado a los clientes de origen chino.

En el ámbito de la moda, El Corte Inglés está a la vanguardia de las últimas tendencias, con la incorporación continua de nuevas firmas y colecciones. La entrada de nuevas marcas permite adecuar la propuesta comercial a los diferentes estilos que exige el mundo actual. Además de las numerosas marcas de prestigio, nacionales e internacionales, que conviven en nuestros grandes almacenes, también hay que añadir las marcas propias de moda, tanto de hombre como de mujer e infantil.



De hecho, uno de los aspectos más destacados del ejercicio es la reordenación de las marcas propias de moda mujer y el lanzamiento de Woman El Corte Inglés. Se trata de una marca diseñada para todo tipo de mujer que ofrece una amplia gama de propuestas; una firma que no habla de edades, sino de estilos de vida. En este sentido, Woman abarca también cuatro líneas diferentes pensadas para momentos y situaciones diversas. Woman Limited propone un estilo muy actual, con prendas premium y tejidos de gran calidad.

Woman Weekend ofrece una propuesta más casual y prendas con tejidos naturales. Woman Fiesta despliega un sugerente catálogo de vestidos y trajes para celebraciones; y Woman Plus demuestra que también se puede vestir con estilo y a la moda en tallas especiales.

La moda masculina cuenta también con novedades, aunque uno de los aspectos más destacados del ejercicio ha sido el lanzamiento de la campaña Moda Hombre con el actor Antonio Banderas como embajador de la marca El Corte Inglés. Bajo el lema "todos los hombres, todos los estilos, un único lugar" se ha querido mostrar la amplia y versátil propuesta comercial que contienen los grandes almacenes.

La marca UNIT, que se lanzó el ejercicio anterior, se ha consolidado como una excelente opción para competir en precio y ser una propuesta de básicos con diseño para toda la familia. De venta principalmente en Hipercor, desarrolla una gama completa de ropa infantil, mujer y hombre.

También apoyamos el nuevo talento que surge en el ámbito de la moda. En este sentido, participamos en el programa de TVE Maestros de la Costura; un apoyo que se amplía con la venta en nuestros centros de una colección cápsula diseñada por el ganador o ganadora del concurso.

En el área de hogar y decoración, la marca Room se ha consolidado como una nueva propuesta de productos contemporáneos con piezas innovadoras, funcionales y de alto diseño a precios accesibles. Además de mobiliario, incluye textil, menaje de mesa, complementos de decoración e iluminación. En 2018 se ha ampliado el surtido y se ha creado una nueva línea de estilo nórdico con toques de elegancia.

Nuestro posicionamiento diferenciador nos ha llevado a impulsar nuevas acciones que permiten la personalización de productos de hogar, como alfombras a medida o artículos bordados con las iniciales. También hemos ampliado nuestro catálogo de productos sostenibles con algodón orgánico y certificación FSC.

En gastronomía y restauración, El Corte Inglés se ha convertido en un modelo que apuesta por la innovación y la cocina artesana. Además de continuar con el desarrollo de proyectos exitosos como los Gourmet Experience, se han impulsado nuevos conceptos gastronómicos como la Plaça Gastro Mercat (Barcelona y Alicante) que ofrece una experiencia sensorial a través de diferentes estilos de cocina en espacios diáfanos y modernos donde el comensal puede comprobar cómo se preparan sus platos favoritos con productos de primera calidad. También se han creado otros formatos como Bistró (en la localidad madrileña de Pozuelo de Alarcón y en Palma de Mallorca), espacios de inspiración francesa con una propuesta gastronómica basada en ingredientes frescos, de cercanía y adaptados a la temporada. Y La Taberna, cuyo primer establecimiento (Sanchinarro, Madrid) ya avanza una reinvencción de lo clásico a partir de las típicas tapas españolas y una ambientación *ad hoc*.

En alimentación trabajamos con nuestros proveedores para ofrecer productos de calidad y con valor añadido. Una de las principales líneas de actuación durante 2018 ha sido la compra local que ha incorporado mayor surtido de este tipo de productos. Con acciones como "La lonja de Santa Pola en Madrid" ofrecemos cada mañana los pescados y mariscos capturados la tarde anterior; productos frescos y diferenciados para nuestros clientes, y apoyo a las economías locales a través de las compras realizadas en diferentes lonjas del litoral español.

También hemos reforzado nuestro posicionamiento en alimentación saludable con la apertura de nuevos espacios de La Biosfera que reúnen en un entorno diferenciado todo tipo de productos biológicos y orgánicos, entre ellos, frescos, lácteos, conservas, aceites, alimentación infantil, etc.

Referencias en las principales áreas - El Corte Inglés

109.063

Deportes

573.487

Moda

193.977

Hogar

100.178

Alimentación

293.753

Complementos - Zapatería

279.872

Entretenimiento

10.913

Electrodomésticos

214.926

Otras

Respecto a la actividad promocional y publicitaria, uno de los aspectos más destacados del ejercicio 2018 es el cambio de agencia de Medios. Después de varias décadas con la misma empresa y tras la celebración de un concurso al que se invitó a las principales agencias publicitarias, se decidió adjudicar a Dentsu Aegis Network toda la gestión de compra de espacios publicitarios. Este cambio, que se ha hecho efectivo en marzo de 2019, supondrá un giro estratégico en la forma de comunicarnos con los ciudadanos: se incrementará el canal digital; y habrá menos campañas masivas y de alcance general, y más acciones dirigidas hacia determinados tipos de consumidores. Es decir, tenderemos hacia la personalización del mensaje, según el gusto y el interés de cada persona.



Durante 2018 también se han llevado a cabo otras acciones novedosas como el lanzamiento de *Pipol in Da House*, la primera *webserie* de Instagram de El Corte Inglés dirigida a un público muy joven y activo en redes sociales. Además de conseguir un alto nivel de conexión y *engagement*, la serie ha recibido el Premio Plata a la Eficacia del Festival Inspirational; este galardón reconoce la calidad y la excelencia digital, y destaca aquellos proyectos que suponen inspiración y nuevos caminos para la industria digital.

ACUERDOS CON TERCEROS

En nuestro modelo de negocio se incluyen alianzas y acuerdos con otras empresas e instituciones, a fin de mejorar la experiencia de compra del cliente. En este contexto se enmarca el acuerdo que firmamos en noviembre de 2018 con Alibaba Group, líder mundial en tecnología, para desarrollar una estrecha colaboración en las áreas de comercio minorista y distribución, servicios de *cloud computing*, innovación digital y pagos a través del móvil. Ambas compañías han puesto en marcha esta colaboración con el fin de aprovechar sus respectivas fortalezas y las de sus distintas unidades de negocio y empresas asociadas, incluyendo Tmall, Alibaba Cloud, Alipay y AliExpress. Como parte de este acuerdo global e impulsados por la transformación digital, El Corte Inglés y Alibaba acordaron explorar una serie de oportunidades de colaboración, con el fin de mejorar sus respectivas propuestas omnicanales, y aprovechar lo mejor del mundo físico y del online.

También hemos ampliado nuestro acuerdo con Repsol en diversas áreas. En marzo de 2018 se integró la tarjeta de compra El Corte Inglés en la aplicación Repsol Waylet para pagar en las estaciones de servicio y, justo un año después, se ha sellado una alianza para que nuestros clientes puedan contratar la luz y el gas con el Grupo Repsol; lo podrán hacer en nuestros centros comerciales y contarán con una tarifa competitiva e individualizada y descuentos en carburantes, además de diversas acciones promocionales.

La internacionalización está en el punto de mira del Grupo El Corte Inglés, y para ello nos aliamos con distribuidores líderes en otros mercados. En 2018 llegamos a un acuerdo con el grupo alemán Karstadt para vender en sus centros comerciales prendas de las marcas deportivas Boomerang y Mountain Pro; firmamos una alianza con los grandes almacenes Palacio de Hierro de México para vender productos de alimentación española; y formalizamos un acuerdo con el Grupo Intercorp, el cuarto conglomerado de Perú, para vender productos de alimentación, extender la marca Sfera y desarrollar proyectos con El Corte Inglés Empresas junto a las sociedades del holding peruano.



El Corte Inglés Empresas.
Renovación del Hotel Real de Santander.

PROYECTOS CON EMPRESAS

El Corte Inglés Empresas está especializado en la comercialización de productos y servicios para empresas y organismos. Sus principales áreas de actuación son hostelería, sanidad, educación, oficinas y uniformidad de colectivos.

Entre sus profesionales figuran arquitectos, aparejadores, interioristas, decoradores e ingenieros que se encargan de desarrollar proyectos de instalaciones, reformas y decoración adaptándose a las necesidades del cliente. Entre las últimas obras realizadas en el sector hotelero destaca la reforma integral realizada en el Hotel Casa Andina, un edificio emblemático del siglo XVII ubicado en la ciudad peruana de Cuzco. También se ha encargado de la renovación del Hotel PortAventura y del equipamiento de habitaciones del nuevo Hotel Colorado Creek, ambos en el parque temático de la Costa Dorada.

Otras actuaciones relevantes son las realizadas en los hoteles Real de Santander, Le Méridien de Barcelona, y Ercilla de Bilbao, todos ellos de prestigio y emplazados en las principales arterias de sus respectivas ciudades. Asimismo, ha ayudado al Hotel R2 Bahía Kontiki de Lanzarote a pasar de tres a cuatro estrellas tras la reforma integral del establecimiento, y a la cadena Sheraton en el rediseño de villas y apartamentos de su Hacienda del Álamo Residences Golf & Spa Resort en Murcia.

Además, esta línea de negocio lleva a cabo remodelaciones y adecuaciones en el sector sanitario, como las acometidas en el Hospital Asepeyo de Sant Cugat (Barcelona) o el Hospital 9 de octubre en Valencia. A ello hay que añadir otro tipo de instalaciones como la Residencia Caser Guadiana en Badajoz.

Asimismo, El Corte Inglés Empresas cuenta con diseñadores, patronistas y expertos en tejidos técnicos para desarrollar los uniformes que mejor se adaptan a cada caso. Uno de los proyectos más destacados de 2018 ha sido el realizado para Correos; el departamento de I+D de El Corte Inglés Empresas trabajó junto con un equipo multidisciplinar de la compañía postal y de paquetería, en el diseño de las prendas que están realizadas con tejidos técnicos más cómodos y funcionales. Un trabajo similar se ha realizado para la Guardia Civil y el Cuerpo Nacional de Policía al diseñar y confeccionar el vestuario reglamentario.

En cuanto al sector privado, cabe citar entre otras actuaciones el suministro de uniformidad a la plantilla de Securitas. En conjunto, más de 2.000 empresas, así como diversos cuerpos de Seguridad del Estado, han confiado en El Corte Inglés Empresas para la uniformidad de sus profesionales.

TARJETA DE COMPRA

La tarjeta de compra El Corte Inglés fue pionera hace más de medio siglo y hoy, con más de 11 millones de usuarios, es una de las más populares y utilizadas en España. Sin coste para el cliente, permite diversas modalidades de pago y financiar las compras hasta en 60 días; también es posible operar en internet desde cualquier dispositivo, disfrutar de dos horas de parking gratuito por compras superiores a 35 euros en todos nuestros centros comerciales y obtener bonificaciones al repostar en las estaciones de servicio Repsol, Campsa y Petronor, entre otras muchas ventajas.

ONMICANALIDAD GLOBAL

La integración entre el mundo físico y el digital es ya una realidad en El Corte Inglés; no dividimos el mundo en economías físicas o virtuales, sino que hablamos de un comercio integrado que combina lo online y lo offline. Somos un gran escaparate de las marcas en ambos entornos y contamos con un cliente multicanal muy activo que exige disponibilidad 24 horas al día, los 365 días del año, y que compra tanto en las tiendas físicas como en online. Este usuario utiliza cada vez más el móvil en sus consultas y en sus compras online; de hecho, el 64% del tráfico online que recibimos y el 46% de los pedidos se realiza a través del teléfono móvil.

En este marco de interrelación entre lo físico y lo digital, contamos con una ventaja indudable: la localización de nuestros centros comerciales. El 83% de los españoles y el

67% de los portugueses viven a menos de 40 minutos de alguno de nuestros centros, lo que supone una ventaja competitiva innegable y una oportunidad para la omnicanalidad. Tenemos, por tanto, una red de suministro digital que aprovecha los centros comerciales como plataformas de distribución desde las que parten los pedidos online para llegar antes a nuestros clientes. A ello hay que añadir la tecnología que posibilita la gestión del stock único, y las nuevas instalaciones logísticas dedicadas específicamente al comercio electrónico. Todo ello nos permite entregar el 77% de los pedidos en menos de 48 horas.

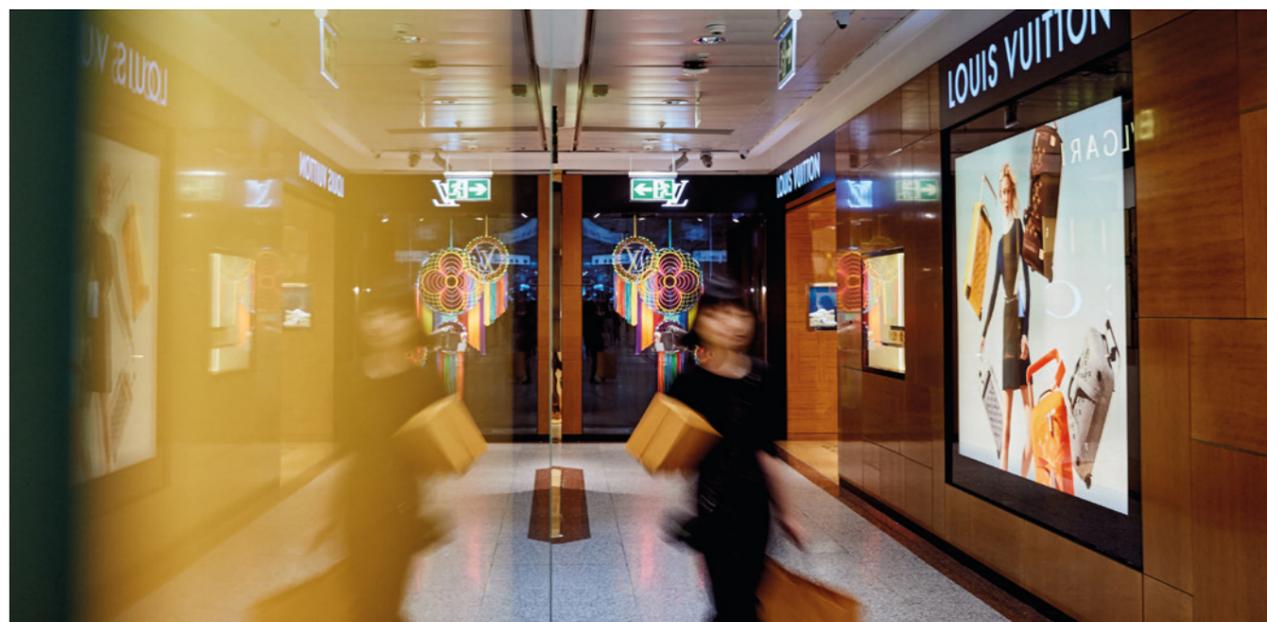
En paralelo, la tienda física se refuerza con nuevos roles adicionales: lugar de encuentro y experiencias, y plataforma de distribución y punto de recogida de pedidos. El diálogo con el cliente también está en proceso de transformación. Interactuamos según sus gustos y necesidades, ofreciéndole aquello que más le interesa en cada momento; utilizamos la tecnología y el big data pero respetando sus deseos de interacción.

Nuestros servicios de Click&Express (permite la entrega en menos de dos horas o en la franja horaria que elija el cliente), Click&Collect (compra online y recogida en el centro elegido), y Click&Car (recogida del pedido del supermercado online en el aparcamiento del establecimiento seleccionado), reflejan las sinergias de la omnicanalidad, un proyecto en el que seguimos avanzando para competir mejor en un entorno cada vez más complejo.

Durante 2018 el negocio online ha incrementado un 17,4% en número de pedidos, un 19,7% en facturación y un 16% en tráfico a la página web. Con casi 1,6 millones de referencias publicadas durante el ejercicio 2018, la web www.elcorteingles.es ha alcanzado los 19,9 millones de usuarios únicos mensuales, con un crecimiento del 30% sobre el año anterior.

Todo ello forma parte de un profundo proceso de transformación que está abordando el Grupo y que se desarrolla en dos ejes principales: la mejora continua de la experiencia de compra por parte del cliente, y la mejora de la eficiencia operativa, avanzando en competitividad y capacidad de innovación.

El entorno digital se ha visto también reforzado con las numerosas acciones de comunicación y promoción que se realizan a través de plataformas como Facebook, que ya cuenta con más de dos millones de seguidores; Twitter, donde cuenta con más de 275.000; Instagram, con 439.000, Google+, Pinterest o YouTube.



TURISMO DE COMPRAS

El Corte Inglés trabaja de forma activa para promover España como destino turístico de compras y posicionar a nuestras ciudades al nivel de los grandes destinos europeos de compras, impulsando un turismo de calidad y respetuoso con el entorno.

Gran parte de los esfuerzos que realizamos se dirigen a los mercados lejanos, especialmente Asia, Estados Unidos, América Latina, Oriente Medio y Rusia, que cuentan con un gran potencial turístico y son claves para un mayor impacto en la generación de riqueza en nuestro país.

Fruto del trabajo realizado durante los últimos años, nuestros centros ofrecen una propuesta comercial y de servicios adecuada a este tipo de clientes internacionales. Marcas de alto nivel y reconocido prestigio a nivel mundial, productos y diseños que marcan tendencia, así como una atención especializada y dirigida a un público bien formado y exigente, son algunas de las claves que nos aportan diferenciación y nos permiten avanzar en este nicho de mercado.

Para dar respuesta a este tipo de cliente internacional y al mismo tiempo satisfacer al consumidor nacional, en 2018 hemos llevado a cabo una importante reordenación de espacios en el centro comercial Costa Marbella, ubicado en Puerto Banús (Málaga), lo que ha permitido la incorporación de 60 nuevas marcas de alto nivel entre las que se encuentran Loewe, Bulgari y Roberto Cavalli.

NUESTRA ACTIVIDAD EN PORTUGAL

El Corte Inglés-Grandes Armazéns, S.A. (ECIGA) es la empresa portuguesa que gestiona la venta al detalle de bienes de consumo. Su actividad en Portugal empezó en noviembre de 2001, cuando inauguró el gran almacén de Lisboa. Ahora, ECIGA cuenta con una red de dos grandes almacenes, uno en la capital y otro en la ciudad de Gaia, contigua a Oporto, 6 supermercados con la insignia Supercor, 2 centros de oportunidades y la tienda online.

El posicionamiento de la marca El Corte Inglés en Portugal se sitúa en el segmento medio-alto y alto, ya que sus tiendas se ubican en las dos principales ciudades ofreciendo niveles de servicio, marcas y productos por encima de la media del comercio en el país.

La rentabilidad de la empresa, su Ebitda y su constante crecimiento, desde la apertura de la primera tienda hasta el actual ejercicio, son reflejo de la creciente capacidad de atracción de la insignia en tierras lusas así como de su buena reputación. El Corte Inglés es, para los portugueses, un símbolo de calidad, de buen servicio y de buen gusto.

ECIGA ostenta, además, la mayor cuota de mercado en turismo de compras en Portugal, un posicionamiento que se ha reforzado a lo largo de 2018 debido al notable aumento de visitantes a las ciudades de Lisboa y Oporto.

En línea con el Grupo El Corte Inglés, la compañía portuguesa mantiene una permanente estrategia de innovación y de adaptación al mercado. A título de ejemplo, está la constante introducción de marcas y productos preferidos por los portugueses, resultado del trabajo conjunto con el equipo de compras.

Reflejan esta política, las permanentes inversiones en la mejora de sus tiendas, sobre todo de sus grandes almacenes. En 2018 se inauguró en la 7ª planta de la tienda de Lisboa, el Gourmet Experience, con una gran aceptación por parte del público. Asimismo, se han reformado otras áreas para introducir nuevas marcas y nuevos espacios.

Destaca también la inauguración de la tienda online, un gran escaparate de moda que ha tenido un importante éxito entre los clientes y que sigue creciendo de forma exponencial.

La inversión en formación del personal es una expresión más de nuestro constante empeño por la atención al cliente, la fidelización y la reputación de la marca. El Corte Inglés de Portugal es la única empresa privada del país que ostenta el sello de Entidad Empleadora Inclusiva, resultado del esfuerzo de inclusión en la plantilla de personas con discapacidad.

G / 3

TIENDAS DE PROXIMIDAD
SUPERCOR

7,7%

Tasa de nuevas contrataciones

La cadena de supermercados Supercor es un referente en la compra de proximidad, ya que ofrece un amplio surtido y productos de calidad. Además, mantiene una política de cercanía al cliente con una oferta comercial adaptada al entorno y a los gustos locales, un horario extenso y una gran variedad de servicios, lo que constituye un elemento diferencial.

92%

Empleados con contrato indefinido

Una de sus señas de identidad son los frescos, especialmente frutas y verduras, carnes, pescados y charcutería que se repone a diario. También destaca la creciente presencia de productos ecológicos, cada vez más demandados por un consumidor exigente y bien informado. Además de los frescos, Supercor cuenta con una amplia propuesta comercial de ultramarinos ecológicos.

38

Supermercados certificados en accesibilidad

En el ejercicio 2018, la cadena ha alcanzado una cifra de negocios de 690,54 millones de euros. A lo largo del año se han acometido un total de 11 reformas tanto en el formato de Supercor (de mayor tamaño y con profesionales de venta especializada) como de Supercor Exprés (orientado a la compra rápida y de calidad). Estas mejoras de los centros han supuesto una nueva reordenación de espacios, cambios en la iluminación y otro tipo de actuaciones, con el objetivo de mejorar la experiencia de compra del cliente.

18%

De empleados con otras nacionalidades

Durante 2018 se han reforzado las sinergias con el Grupo, especialmente aquellas que afianzan su estrategia de omnicanalidad, ya que el cliente puede recoger en los establecimientos Supercor los productos adquiridos a través de la web de El Corte Inglés.

A ello hay que sumar otra serie de servicios como la entrega a domicilio, las ventajas asociadas a la tarjeta de compra El Corte Inglés y los avances en materia de accesibilidad.

MÁS DE

88

Millones de visitas a nuestras tiendas

Además de continuar con un ambicioso proyecto de formación para todos sus empleados, Supercor ha firmado un Plan de Igualdad (2018-2022) que regula y mejora las oportunidades profesionales sin distinción de género. Asimismo, en el ejercicio se ha firmado un convenio laboral por el que se reduce el horario en ocho horas anuales.

31,4%

Mujeres directoras de tienda

A 28 de febrero de 2019, Supercor contaba con 175 centros en España y 6 en Portugal.



G / 4

SFERA

15

Países en los que tenemos presencia, incluida España

La cadena de moda y complementos Sfera ha mantenido una senda ascendente con una aportación a la cifra de negocios de 426,88 millones.

Sfera se ha consolidado como una cadena de diseño asequible, caracterizada por ofrecer moda y tendencia a buen precio. De hecho, es una enseña muy bien valorada por los consumidores gracias a la relación calidad-precio-diseño que ofrecen sus colecciones. Durante el ejercicio 2018 se ha reforzado el cuidado de los detalles y las terminaciones, ya que ello aporta prestancia a las prendas y es percibido como un valor diferencial.

4

Nuevos mercados en los que hemos abierto establecimientos en régimen de franquicia

En paralelo, durante 2018 se ha mejorado la exposición del producto en el punto de venta incorporando nuevo mobiliario y acometiendo un plan de reformas de tiendas con el fin de mejorar la experiencia del cliente. En concreto, se han remodelado 15 establecimientos, además de 31 córneres dentro de los grandes almacenes de El Corte Inglés. La nueva imagen ofrece mayor luminosidad y visibilidad a las colecciones.

MÁS DE

44

Millones de visitas a nuestras tiendas propias en España y México

Sfera también ha avanzado en los procesos de mejora de la gestión con una agilización y reducción de los tiempos que transcurren entre el diseño, la fabricación y la comercialización de las colecciones. Asimismo, se ha propiciado una mejor coordinación entre las áreas de compras y ventas, incrementando los flujos de comunicación y eliminando procesos que no aportan valor al cliente o al producto.

La cadena de moda mantiene un crecimiento sostenido con la apertura de nuevos establecimientos, tanto propios como en régimen de franquicia. En conjunto, a cierre del ejercicio había un total de 430 tiendas, de las cuales 162 son establecimientos propios y 268 son franquicias. A ello hay que añadir los 96 puntos de venta ubicados en los centros de El Corte Inglés de España y Portugal.

En cuanto a las tiendas propias, 102 están en España, 46 en México, 8 en Portugal, 3 en Grecia y 3 en Polonia.

42%

De incremento de venta online

Además, en 2018 se abrieron nuevos mercados en régimen de franquicia: Centroamérica, con córneres dentro de los almacenes Siman en Costa Rica, El Salvador y Guatemala; en Isla Reunión, con dos tiendas en centros comerciales; y en Isla Martinica, con un establecimiento. También se ha ampliado la presencia de la marca en Perú y Tailandia. A ello hay que añadir la apertura, ya en el ejercicio 2019, de una primera tienda en Dubai dentro de uno de los principales centros comerciales de la región. Este crecimiento se ha realizado gracias a las alianzas estratégicas a través de franquicias con importantes distribuidores locales especializados en moda.

90%

Plantilla son mujeres

A 28 de febrero de 2019, Sfera está presente en 15 países incluida España.

85%

Mujeres en puestos de responsabilidad

En cuanto a la evolución del negocio digital, Sfera Shop OnLine ha incrementado sus ventas en más del 42% durante el ejercicio.

32

Años de edad media de la plantilla

11.891

Horas de formación



G / 5 BRICOLAJE BRICOR

91%

Empleados con contrato indefinido

Bricor, la cadena especializada en ferretería, decoración, jardín y reformas del hogar, ha continuado con una reordenación de espacios y de oferta comercial con el fin de avanzar hacia un mejor servicio y una mayor cercanía al cliente. En este sentido, ha tenido lugar el traslado del establecimiento de Bricor ubicado en el centro comercial Luz Shopping de Jerez de la Frontera al gran almacén de El Corte Inglés también en Jerez.

78%

Empleados a jornada completa

A esta iniciativa se suma la realizada en Portugal donde la propuesta comercial del Bricor ubicado en Vila do Conde también se ha integrado en la oferta de los grandes almacenes.

Todo ello ha propiciado una reducción de su superficie comercial, lo que ha impactado en la cifra de negocios, que se ha situado en 90,75 millones de euros.

6

Millones de visitas anuales a nuestra página web

Durante el ejercicio 2018 se ha avanzado en el aprovechamiento de sinergias con el Grupo, así como en la integración de equipos y sistemas con el objetivo de optimizar recursos. Por ejemplo, se han consolidado las sinergias en el área de compras y en la venta online, principalmente. De hecho, la web de Bricor opera dentro de www.elcorteingles.es, lo que ha permitido un incremento de las transacciones a través del canal digital.

41.000

Referencias totales

Bricor cuenta con alrededor de 41.000 referencias totales, de las cuales, casi 18.000 están disponibles en la página web.

También se ha avanzado en la reordenación de marcas propias, agrupándolas en torno a una única marca, Bricor, y reforzando la presencia de productos de ferretería y bricolaje de la marca El Corte Inglés.

La cadena también ha reforzado su apuesta por el servicio, ofreciendo al cliente información práctica y pedagógica en zonas de gran visibilidad.

A cierre del ejercicio había 60 centros urbanos y 5 establecimientos de gran tamaño.



G / 6 GRUPO VIAJES EL CORTE INGLÉS

9/10

Índice de satisfacción global por atención en delegaciones

496

Delegaciones en España, algunas en estaciones de AVE y aeropuertos

91%

Empleados con contrato indefinido

MÁS DE

27.000

Proveedores

PREMIO A LA MEJOR AGENCIA DE BUSINESS TRAVEL

Concedido por IBTA, Asociación Ibérica de Viajes de Negocio

SELLO DE BRONCE DE ECOVADIS

Primera plataforma colaborativa que califica la sostenibilidad de los proveedores con una metodología de consecución de objetivos de RSC



El Grupo Viajes El Corte Inglés ha obtenido una cifra de negocios de 2.721,98 millones de euros, con un incremento del 4,9% sobre el año anterior. El Ebitda se ha situado en 63,84 millones.

En esta evolución positiva han influido algunos aspectos relevantes como las captaciones de nuevas cuentas durante el ejercicio, el mejor comportamiento de las grandes cuentas existentes, las campañas vacacionales en general, y la apertura del nuevo edificio Business Travel Center. También han dado sus frutos los desarrollos tecnológicos abordados previamente, lo que se ha traducido en: mejoras en la web con el nuevo producto Transporte + Hotel, optimización de los metabuscadores, nueva web móvil, la implantación de la pasarela de pagos en la página web y la Fórmula Personal de Pagos online.

La incorporación de plataformas tecnológicas permite a los clientes diseñar, componer y confirmar online sus reservas "a medida"; simular y contratar fácilmente la financiación de las reservas; y organizar viajes de circuitos mediante un potente buscador por destino que ayuda a encontrar las mejores ofertas. También se ha mejorado la interrelación con el usuario online a través de un canal de chat, y se han desarrollado nuevas formas de pago que facilitan las transacciones tanto en los canales digitales y telefónicos, como en las delegaciones físicas, logrando una gran integración y convergencia de la experiencia omnicanal.



Viajes El Corte Inglés cuenta con dos empresas de touroperación: Club de Vacaciones, primer touroperador especializado en personas mayores de 60 años, y Tourmundial para público general. Esta última ha iniciado en 2018 una nueva etapa al comercializar sus productos en todas las agencias del territorio nacional, además de en Viajes El Corte Inglés. Tourmundial cuenta con una amplia oferta que va desde pequeñas escapadas hasta itinerarios de mayor duración.

Por su parte, Utópica, la agencia especializada en viajes singulares, firmó un acuerdo con la Sociedad Geográfica Española para ofrecer experiencias guiadas por exploradores expertos en la zona poniendo de relieve los aspectos culturales, geográficos, científicos, antropológicos y arqueológicos del recorrido. También se fomentan las iniciativas solidarias y eco sostenibles.

En 2018 se ha inaugurado un Business Travel Center que acoge la sede de su División de Empresas, con el objetivo de ofrecer una atención mucho más personalizada a clientes corporativos. Viajes El Corte Inglés da servicio a 16.000 clientes corporativos a nivel nacional, entre ellos a algunas de las principales empresas del IBEX35. El nuevo edificio, con una superficie de 4.700 m² distribuidos en tres plantas, es un proyecto muy vanguardista de El Corte Inglés Empresas para cuyo diseño, ejecución y decoración se han utilizado materiales que respetan el medio ambiente.

Asimismo, Viajes El Corte Inglés cuenta con una división especializada en la organización y ejecución de eventos institucionales, corporativos, deportivos, religiosos y culturales. Más de 500 profesionales se encargan de gestionar todo el proceso, poniendo a disposición del cliente los más completos e innovadores servicios. Entre los acontecimientos más relevantes de 2018, destaca el Mundial de Fútbol en Rusia y la final de la Champions en Kiev. En Fitur 2019 asumió el diseño, producción y montaje de los stands de varias instituciones construyendo un total de 8.700 m² en Ifema. Asimismo, organizó el Madrid *Retail Congress* con 1.500 asistentes, y el Congreso Nacional de Neumología y Cirugía Torácica celebrado en Palma de Mallorca con 2.300 asistentes, entre otros.

El Grupo Viajes El Corte Inglés está presente en Francia, Italia, Portugal, Argentina, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, Estados Unidos, México, Panamá, Perú, República Dominicana y Uruguay. En total cuenta con 108 oficinas fuera del territorio español.

Con el objetivo de conseguir la máxima satisfacción del cliente, Viajes El Corte Inglés elabora un barómetro interno a partir de las encuestas que se realizan tanto del servicio ofrecido como del producto. En 2018 se recibieron 80.833 respuestas obteniendo un alto grado de satisfacción.

Además, durante el pasado ejercicio se implantó un sistema de cumplimiento normativo que tiene como fin mantener y dejar constancia del compromiso ético en todos nuestros ámbitos de actuación. Por ello, se ha desarrollado un Plan de Formación con cursos sobre Código Ético, Responsabilidad Social Corporativa y Seguridad de la Información.

Viajes El Corte Inglés junto con Pacto Mundial celebró la jornada "Objetivos de Desarrollo Sostenible, pautas para la acción" en la Feria Internacional de Turismo, Fitur. Esta acción se enmarca en la alianza creada hace tres años entre la Red Española y un grupo de empresas del sector turístico para fomentar la responsabilidad social en el sector, promover el compromiso de estas empresas con los principios éticos y universales, y contribuir a la consecución de la Agenda 2030.

G / 7

GRUPO INFORMÁTICA EL CORTE INGLÉS

20,7%

Tasa de nuevas contrataciones

2,83/3

Índice de satisfacción de clientes

99,9%

Empleados con contrato indefinido

90%

Empleados a jornada completa

23,9

Horas de formación por empleado

1.758

Acciones formativas

64%

De empleados formados en materia de Diversidad en el ejercicio

19

Certificaciones en calidad y medio ambiente

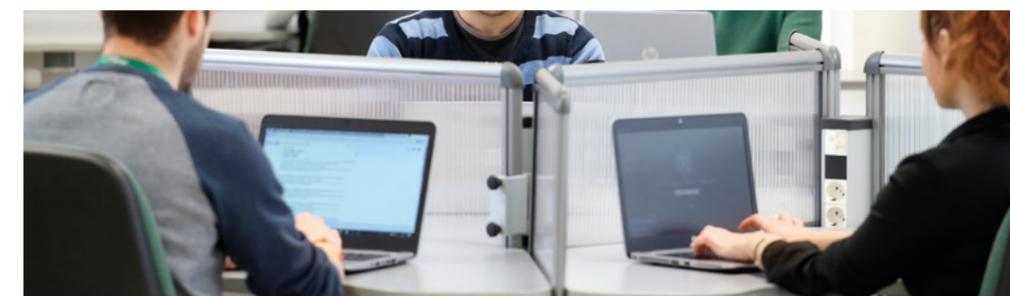


La consultora tecnológica del Grupo El Corte Inglés ha obtenido en 2018 una cifra de negocios de 703 millones de euros y un Ebitda de 34,59 millones de euros. A estos resultados ha contribuido una gestión más eficiente y el buen comportamiento del mercado TIC español.

2018 ha sido el año de la transformación digital definitiva del espacio de trabajo, un área en la que Informática El Corte Inglés (IECISA) demuestra su capacidad, con proyectos estratégicos e innovadores para todos los sectores y con la gestión exitosa de un elevado número de puestos de trabajo digitales.

En el área de sistemas de gestión económico-financiera, donde IECISA es el referente en el sector público al haber implantado dichos sistemas en 12 comunidades autónomas, cabe señalar el proyecto realizado este año para la Junta de Extremadura. En relación con las Administraciones Públicas, destaca el desarrollo de tecnología propia de pago con tarjeta de crédito en transporte, que ha permitido poner en marcha el primer sistema en España para la Empresa Municipal de Transportes de Madrid.

El impulso tecnológico de Informática El Corte Inglés le ha llevado a desarrollar soluciones innovadoras para mejorar la gestión de procesos, facilitar las operaciones de negocio y optimizar los recursos con sistemas de planificación eficientes. Tecnologías relacionadas con el análisis y la gestión de datos aplicadas a procesos de gestión inteligente de la



1ª CERTIFICACIÓN ESPAÑOLA

A una empresa privada conforme al modelo ISO 30301:2011 de sistema de gestión de documentos

PATROCINIO DE LA LIGA UNIVERSITY SPORTS

Participan más de 60 universidades españolas

información, un ámbito en el que IECISA aporta valor añadido a las organizaciones. Prueba de ello son los proyectos emprendidos con entidades bancarias españolas y los abordados con compañías hoteleras y empresas del sector servicios.

En el campo de la ciberseguridad, micros servicios e inteligencia artificial, cabe señalar dos adjudicaciones importantes, Smart Island en Mallorca, y Smart City en Murcia, ambos relacionados con el denominado Internet de las cosas. Además, ha consolidado su posición en el avance e implantación de la Identidad Digital, con procesos basados en tecnología propia de reconocimiento biométrico y de verificación de documentos, dando servicio a siete entidades financieras, así como a la Administración Pública.

Informática El Corte Inglés avanza también en la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio con tecnologías como *blockchain*, un concepto que está revolucionando los procesos y que se refiere a bases de datos cifradas, distribuidas y seguras para todo tipo de transacciones. La consultora es la primera empresa del Grupo El Corte Inglés que se integra en la red Alastria, consorcio español que desarrolla esta tecnología.

Otro de los aspectos relevantes de 2018 es la participación en el Proyecto IMMERSE aprobado por la Comisión Europea para mejorar la inclusión socioeducativa de los niños refugiados y migrantes. IECISA ha desarrollado la herramienta que permite identificar aquellos indicadores que reflejan -de forma fiable- el comportamiento de los refugiados en su ambiente socio-educacional.

Asimismo, se ha consolidado nuestra presencia en Latinoamérica y Portugal mediante proyectos relacionados con la portabilidad (Osiptel en Perú), la renovación tecnológica de instituciones (Grupo Bafar en México), la gestión digital (Agencia Nacional de Minería de Colombia) y el almacenamiento (Instituto Politécnico de Setúbal, en Portugal).

La consultora sigue presente en el ámbito universitario propiciando a los estudiantes la realización de prácticas en nuestra empresa. Destaca la Cátedra IECISA en Negocio TI y Transformación Digital en la Universidad Politécnica de Madrid, el programa CertificaTec dirigido a universitarios, y el apoyo al Plan Forte de la Escuela Superior de Informática de Ciudad Real.

IMPULSO AL TALENTO FEMENINO

Durante el último ejercicio, IECISA ha desarrollado diferentes actividades para resolver el problema de brecha de género en su sector, entre ellas un foro debate sobre cómo impulsar una mayor presencia de la mujer en las empresas tecnológicas y el apoyo a iniciativas que den visibilidad al talento femenino en las carreras de Ciencias, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas.

La promoción de jornadas con escolares —en centros educativos o en las sedes de IECISA— en las que participan empleados de la consultora, forma parte de este compromiso, que cuenta con una campaña específica en redes sociales

<https://www.iecisa.com/es/iecisa-TIC-en-Femenino.html>



En la web www.iecisa.com se dispone de más información sobre este capítulo. Para acceder a la misma deberá escanear el código QR adjunto mediante un dispositivo digital.

G / 8**GRUPO SEGUROS EL CORTE INGLÉS****94%**

Empleados con contrato indefinido

50%

Mujeres en puestos de mandos y coordinadores

16,6%

Tasa de nuevas contrataciones

113

Horas de formación por empleado

136.177

Horas de formación



El Grupo El Corte Inglés actúa en el mercado asegurador español y portugués a través de dos empresas: Centro de Seguros y Servicios (correduría de seguros) y Seguros El Corte Inglés (entidad aseguradora que opera en los ramos de vida y accidentes y que es gestora de fondos de pensiones).

En el ejercicio 2018, alcanzaron en su conjunto una cifra de negocios consolidada de 199,46 millones de euros, lo que representa un 9,3% más que el año anterior, y un Ebitda de 81,12 millones de euros, con un crecimiento del 10,6%.

La nueva producción de seguros ha alcanzado un nuevo récord, superándose las 625.000 nuevas pólizas emitidas en un año. Ello ha permitido que la cartera de pólizas en vigor se incremente un 7,5% frente al ejercicio anterior.

Respecto de los ramos de seguros familiares, cuya comercialización constituye el núcleo principal de la actividad desarrollada, destaca el fuerte incremento de los ingresos procedentes de los ramos de autos, salud, vida riesgo y accidentes, todos ellos con incrementos de doble dígito.

Cabe destacar asimismo la inauguración de la nueva sede central del Grupo de Seguros, situada en un edificio de oficinas ubicado en la céntrica calle Princesa de Madrid. El edificio ha sido totalmente reformado por El Corte Inglés Empresas, consiguiendo un espacio moderno, funcional, colaborativo y que incorpora los últimos avances en materia de digitalización y eficiencia energética. En cuestiones de accesibilidad, el edificio ha sido certificado conforme a la norma AIS 1/2018 con la categoría de cinco estrellas (la máxima posible).



CENTRO DE SEGUROS Y SERVICIOS

Centro de Seguros y Servicios dispone, a cierre del ejercicio, de 119 puntos de venta, de los cuales 117 están situados en España y 2 en Portugal. Además, realiza su actividad a través de la página web seguros.elcorteingles.es y ofrece un servicio personalizado de atención y venta telefónica.

El ejercicio 2018 se ha caracterizado por una intensa actividad comercial en los principales ramos de seguros, lo que ha permitido que el número total de clientes de la correduría se haya incrementado un 11,3% durante el año, y una cifra de negocios de 81,49 millones de euros.

La correduría ha realizado en 2018 un importante esfuerzo de actualización y mejora de su propuesta comercial para dar respuesta a las nuevas necesidades que demanda el mercado. Destaca el rediseño de su oferta de seguros de hogar, con la incorporación de dos nuevos proveedores y la introducción de importantes cambios en los modelos de tarificación de buena parte del resto de sus productos.

Asimismo, su catálogo combina la oferta de seguros de elaboración propia con otros seleccionados de algunas de las entidades aseguradoras de mayor prestigio en España y Portugal como Allianz, Asisa, Axa, Generali, Mapfre, Ocaso, Pelayo, Sanitas, SegurCaixa Adeslas y Seguros El Corte Inglés.

En este ejercicio se ha seguido desarrollando el canal web, con notables crecimientos tanto en tráfico como en contrataciones. También se ha impulsado la actividad de asesoramiento financiero en materia de ahorro e inversión, con un importante incremento en el número de asesores, de puntos de atención y de patrimonio asesorado.

Para apoyar la comercialización de los distintos seguros y servicios ofrecidos por la correduría, se han lanzado numerosas acciones promocionales con importantes descuentos, beneficios y regalos para los clientes. También se ha iniciado un proyecto de renovación integral de la imagen de las delegaciones que la correduría tiene instaladas en los centros comerciales de El Corte Inglés.

En el capítulo de innovación tecnológica, Centro de Seguros y Servicios ha dado un gran impulso a su plan de digitalización y ha iniciado un proyecto de renovación de la infraestructura tecnológica que permite la gestión de su negocio, cuyos primeros módulos serán implantados en 2019.

SEGUROS EL CORTE INGLÉS

Las primas devengadas durante el ejercicio han alcanzado los 273,28 millones de euros, con un incremento del 131,9% sobre el ejercicio anterior. Sin contar el fuerte crecimiento de los seguros de ahorro (cuya naturaleza es menos estable y predecible), la cifra de negocios recurrente se sitúa en 117,98 millones de euros (+7,8%). Este importe corresponde a primas de seguros de vida riesgo y accidentes cuya comercialización constituye el núcleo de la actividad de la compañía.

Respecto del ratio de solvencia, se ha situado a cierre del año en el 306%, lo que pone de manifiesto la elevada solidez patrimonial de la sociedad.

Durante 2018 se ha producido una profunda renovación de la oferta de productos de la compañía, con el lanzamiento de un seguro *unit linked* (Plan Crecimiento ECI), un seguro individual de ahorro a largo plazo (Ahorro Garantía ECI), un seguro de vida vinculado a protección de ingresos (Seguro Luz Verde) y dos seguros de vida riesgo (Vida Precavida y Vida Movida).

Destaca, por su carácter innovador y por la gran acogida que ha tenido en el mercado, este último producto que, a través de una app vinculada a las principales plataformas de salud (*apple health*, *google fit*) y medidores de actividad, recompensa con Tarjetas Regalo El Corte Inglés a aquellos asegurados que llevan una vida activa medida por el número de pasos recorridos diariamente. Tanto el seguro como la campaña publicitaria de lanzamiento han recibido diversos premios y distinciones.

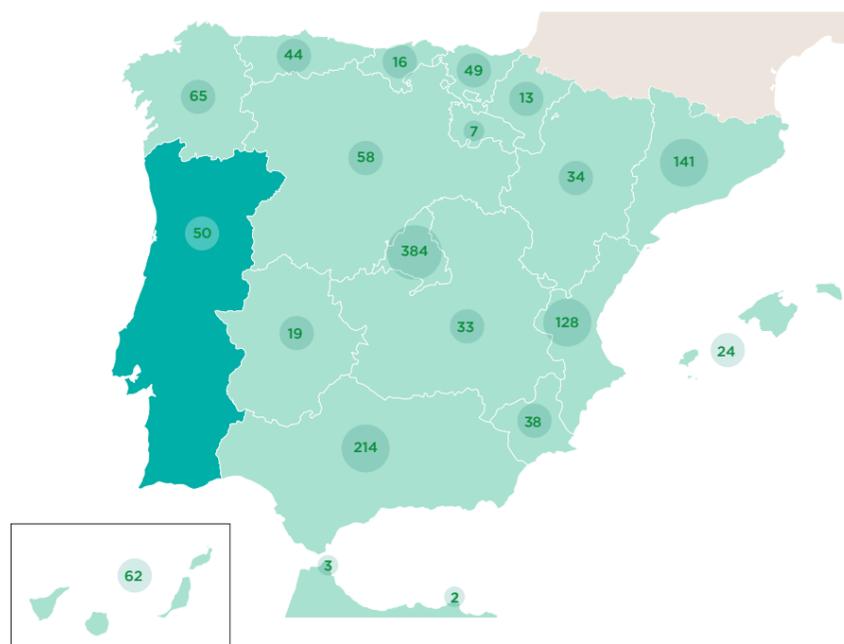
G / 9 IMPLANTACIÓN DEL GRUPO EL CORTE INGLÉS

Puntos de venta por líneas de negocio	España	Portugal	Otros países
Retail			
El Corte Inglés			
Grandes almacenes El Corte Inglés	91	2	-
Salas Hipercor	41	-	-
Delegaciones ECI Empresas	21	-	2
Outlets	48	2	-
Otros establecimientos comerciales	21	-	-
Supercor			
Tiendas proximidad	178	6	-
Sfera			
Tiendas propias	102	8	52
Córneres en CC El Corte Inglés	94	2	-
Franquicias internacionales	-	-	268
Bricor			
Tiendas propias	5	-	-
Explotaciones en ECI	55	2	-
Explotaciones en Supercor	3	-	-
Grupo Viajes El Corte Inglés			
Delegaciones	496	22	108
Otros puntos de venta	169	6	-
Grupo Informática El Corte Inglés			
Delegaciones	17	1	10
Centros de tecnología	3	1	-
Grupo de Seguros			
Delegaciones CESS	117	2	-
Delegaciones Seguros ECI	25	-	-
Totales	1.486	54	440
			Total: 1.980

Número total de tiendas propias y delegaciones en:

España: 1.334

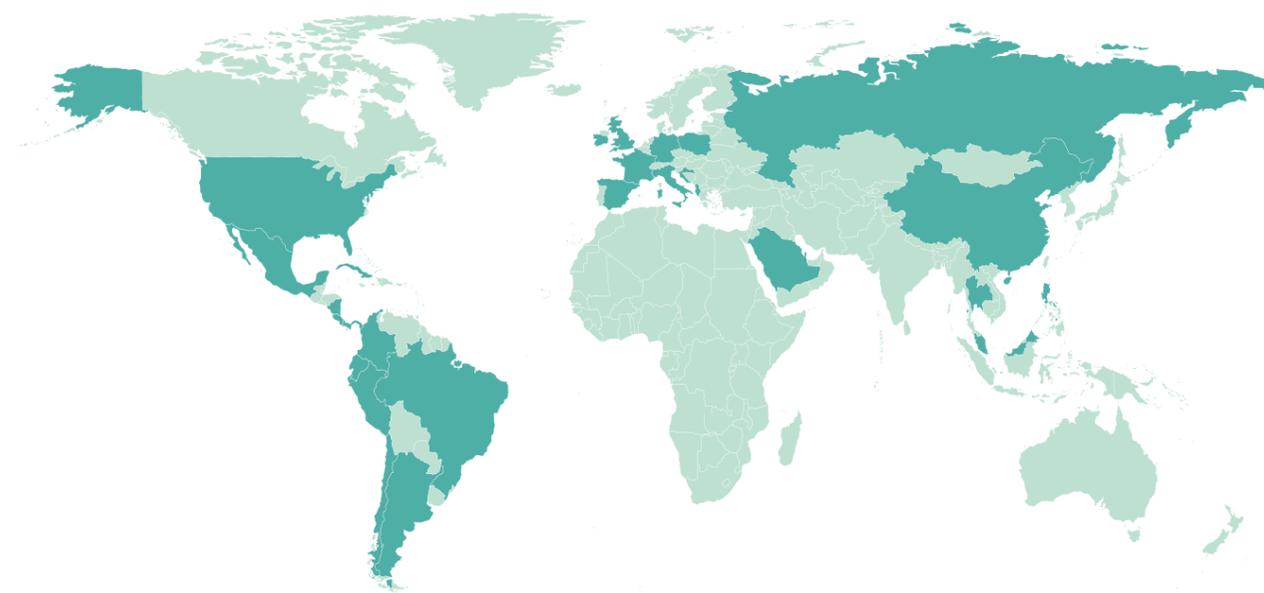
Portugal: 50

**NÚMERO TOTAL DE TIENDAS PROPIAS Y DELEGACIONES EN OTROS PAÍSES**

Pais	ECI Empresas	Sfera	Grupo Viajes	Grupo Informática
Argentina	-	-	4	1
Brasil	-	-	-	1
Chile	-	-	7	1
Colombia	-	-	9	1
Costa Rica	-	-	-	1
Ecuador	-	-	3	-
EE.UU.	-	-	2	1
Francia	-	-	1	-
Grecia	-	3	-	-
Italia	-	-	1	-
México	-	46	70	1
Panamá	1	-	3	1
Perú	1	-	3	1
Polonia	-	3	-	-
Rep. Dominicana	-	-	2	1
Uruguay	-	-	3	-
Totales	2	52	108	10

PÁGINAS WEB POR PAÍSES

Página web	Pais	Página web	Pais
www.elcorteingles.es	España	www.viajeselcorteingles.com.ec	Ecuador
www.elcorteingles.pt	Portugal	www.viajeselcorteingles.com.mx	México
www.elcorteingles.com	Internacional	www.viajeselcorteingles.com.pa	Panamá
www.elcorteingles.es/empresas	España	www.viajeselcorteingles.com.uy	Uruguay
www.hipercor.es	España	www.iecisa.com	España e Internacional
www.primeriti.es	España	eciseguros.elcorteingles.es	España
www.sportown.es	España	seguros.elcorteingles.es	España
www.latiendaencasa.es	España		
www.supercor.es	España		
www.sfera.com	España		
www.bricor.es	España		
www.viajeselcorteingles.es	España		
www.viagenselcorteingles.pt	Portugal		
www.voyageselcorteingles.fr	Francia		
www.viaggieselcorteingles.it	Italia		
www.viajeselcorteingles.com.ar	Argentina		
www.viajeselcorteingles.com.co	Colombia		
chile.viajeselcorteingleslatam.com	Chile		
www.viajeselcorteingles.com.do	Rep. Dominicana		

Mercados en los que nuestros productos y servicios están presentes

SOBRE ESTE INFORME

El Informe No Financiero del Grupo El Corte Inglés 2018 incluye la información social, medioambiental y de gobierno más relevante del Grupo referente al ejercicio comprendido entre el 1 de marzo de 2018 y el 28 de febrero de 2019.

En este documento el Grupo El Corte Inglés presenta su marco de gestión de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) a la vez que ofrece una visión integrada, a sus grupos de interés, de su desempeño anual en los asuntos materiales que le permiten seguir contribuyendo a la creación de valor a corto, medio y largo plazo en el entorno en que desarrolla sus actividades.

Para la elaboración de este documento se ha tenido en cuenta la Ley 11/2018 sobre divulgación de información no financiera y diversidad y se han seguido las directrices de *Global Reporting Initiative (GRI)*, en su versión *GRI Standards* bajo la opción esencial. Para asegurar la calidad de este informe se han aplicado los principios recomendados por GRI: equilibrio, comparabilidad, precisión, puntualidad, claridad y fiabilidad.

ALCANCE Y COBERTURA

El perímetro de la información incluida en este informe es el mismo que el de la información financiera incluida en las Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo, concretamente de El Corte Inglés, S.A. y sus sociedades dependientes. Cuando el alcance de la información no se corresponda con el descrito anteriormente, se indica en el apartado correspondiente del Informe No Financiero.

DEFINICIÓN DEL CONTENIDO DE ESTE INFORME

Para la definición de los temas abordados en el Informe No Financiero del Grupo El Corte Inglés se han seguido los Principios para la elaboración de informes relativos a la definición del contenido del Informe:

Inclusión de los grupos de interés y análisis de materialidad

El Grupo El Corte Inglés considera como grupos de interés a todas aquellas entidades o individuos susceptibles de ser afectados por los riesgos y oportunidades derivados de sus actividades, productos y servicios.

Para la mejora y evaluación de la creación de valor, tanto en el negocio como en la sociedad, el Grupo tiene en cuenta las expectativas y requerimientos de sus grupos de interés. En este sentido, concentra sus esfuerzos en mantener una relación fluida y bidireccional a través de encuentros y canales de comunicación específicos puestos a su disposición.

Comercio electrónico

Teléfono:
900 373 111, a su disposición los 365 días del año
Correo electrónico:
clientes@elcorteingles.es

Información general sobre El Corte Inglés

Teléfono:
901 122 122
De lunes a sábado de 9:00 a 22:00h
Domingos de 10:00 a 21:00h
Correo electrónico:
servicio_clientes@elcorteingles.es

Medios de comunicación, patrocinio y mecenazgo

Servicio exclusivo para los medios de comunicación y para temas relacionados con patrocinio y mecenazgo
Teléfono de centralita:
914 018 500
De lunes a viernes de 9:30 a 14:00h y de 16:00 a 18:30h
Correo electrónico comunicación:
comunicacionelcorteingles@elcorteingles.es
Correo electrónico patrocinio:
patrocinio@elcorteingles.es

Grupos de Interés y canales de comunicación



Con el objetivo de dar respuesta a los asuntos más relevantes para los grupos de interés, el Grupo El Corte Inglés ha actualizado su análisis de materialidad, a partir del cual se han delimitado los aspectos sobre los que se informa en el presente documento.

Para llevar a cabo la actualización de los temas materiales se ha realizado un análisis externo e interno en el que se han tenido en cuenta, además de a los grupos de interés, el marco regulatorio, las tendencias sectoriales y los requerimientos de los estándares de reporte de información no financiera. Asimismo, el Grupo ha evaluado el grado de madurez de la gestión interna de cada uno de los asuntos relevantes.

El proceso de identificación de aspectos relevantes ha constado de 3 fases:

1. Identificación y priorización de los grupos de interés.
2. Identificación de los asuntos materiales y priorización de los mismos en función de su importancia para los grupos de interés, su impacto en nuestras actividades y el nivel de madurez del Grupo en la gestión de los mismos.
3. Validación de la información a proporcionar sobre los asuntos materiales, según los principios de exhaustividad y de equilibrio definidos por GRI *Standards*.

Como resultado se han identificado 14 asuntos materiales, cuyos subtemas se detallan a continuación, y que se abordan a lo largo del presente documento.

Temas materiales	Subtemas materiales
Marco normativo	Etiquetado e información de productos y servicios Normativa de consumo Normativa penal Normativa y procedimientos de las licitaciones públicas Seguridad y protección de datos y sistemas de información
Diálogo y compromiso con los grupos de interés	
Gestión medioambiental y economía circular	Concienciación medioambiental Uso del agua Gestión de materias primas, embalajes y residuos Gestión del desperdicio alimentario
Eficiencia energética / Cambio Climático	Huella ambiental* Optimización del consumo energético Compra de energía limpia*
Empleo de calidad	Gestión del talento e innovación Conciliación laboral, personal y familiar Formación y desarrollo profesional Igualdad, diversidad e integración Seguridad y salud laboral
Ética y buen gobierno	Prácticas éticas Prevención del fraude y la corrupción Transparencia de la información Buenas prácticas de Gobierno Corporativo
Gestión de la relación con socios comerciales	
Gestión responsable de la cadena de suministro	Criterios éticos y ASG en la cadena de suministro Logística sostenible Prácticas de compra responsable Responsabilidad de producto Seguridad y salud en proveedores*
Impacto socioeconómico de la actividad	Apoyo al tejido económico local Vinculación con la sociedad Transparencia y contribución fiscal*

Temas materiales	Subtemas materiales
Internacionalización de los negocios	Consolidación en mercados maduros Expansión a nuevos mercados
Omnicanalidad	Canales de venta Sinergias entre canales on&off
Satisfacción de clientes	Atención al cliente Excelencia en el servicio Financiación a medida del cliente Servicios de seguros puestos a disposición de clientes Surtido y relación calidad/precio de productos Instalaciones seguras y accesibles
Producción responsable	Promoción de hábitos de consumo responsable* Innovación sostenible de productos y servicios
Gestión y reputación de la marca*	

*Nuevo tema material resultado del estudio de materialidad 2018.

Contexto de sostenibilidad

A través de este documento el Grupo El Corte Inglés presenta su desempeño económico, social y medioambiental en el contexto más amplio de la sostenibilidad, considerando la información disponible.

Exhaustividad

En este informe el Grupo El Corte Inglés informa en detalle de los asuntos materiales y su cobertura de modo que los grupos de interés conozcan los impactos significativos del Grupo y evalúen su desempeño a lo largo del ejercicio.

VERIFICACIÓN EXTERNA

La recopilación de los indicadores se ha basado en cálculos propios en función de datos internos.

La información no financiera incluida en este informe ha sido verificada por Ernst & Young, según el alcance y términos expresados en su informe de verificación independiente del Informe No Financiero del Grupo El Corte Inglés de 2018.

CONTACTO



Grupo El corte inglés
Hermosilla, 112
28009 Madrid
www.elcorteingles.es

CUMPLIMIENTO DE LAS NOVEDADES REGULATORIAS EN INFORMACIÓN NO FINANCIERA

El presente Informe se ha elaborado teniendo en cuenta los requisitos establecidos por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

Dado que el presente Informe cumple con los mismos criterios de aprobación, depósito y publicación que el Informe de Gestión, se da cumplimiento a dicha normativa a través del mismo incluyendo la información más relevante, en función de la actividad que el Grupo El Corte Inglés lleva a cabo. Puede consultar los temas tratados, así como dónde se encuentran presentes en el siguiente capítulo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS REQUERIDOS POR LA LEY 11/2018 E INDICADORES GRI

Marco de reporte / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe
GRI 102: CONTENIDOS GENERALES 2018		
Perfil de la Organización		
102-1 Nombre de la organización		> Sobre este informe (p.146).
102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	—Descripción del modelo de negocio del Grupo.	> El Grupo El Corte Inglés en cifras (p.7). > Carta del Consejo de Administración (p.9-11). > El cliente. La oferta más diversa y de máxima calidad (p.29-33). > Comentarios por líneas de negocio (p.121-145).
102-3 Localización de la sede		> Sobre este informe (p.146).
102-4 Ubicación de las operaciones	—Descripción del modelo de negocio del Grupo.	> Cadena de suministro. Una logística sostenible (p.81-83). > Comentarios por líneas de negocio. Implantación del Grupo El Corte Inglés (p.143-145).
102-5 Propiedad y forma jurídica		> Sobre este informe (p.146).
102-6 Mercados servidos	—Descripción del modelo de negocio del Grupo.	> Carta del Consejo de Administración (p.9-11). > Comentarios por líneas de negocio (p.121-145).
102-7 Tamaño de la organización	—Descripción del modelo de negocio del Grupo. —Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.	> El Grupo El Corte Inglés en cifras (p.7). > Equipo comprometido (p.43-67). > Comentarios por líneas de negocio (p.121-145).
102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores Marco interno: descripción cuantitativa y cualitativa del sistema de RR.HH	—Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional. —Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo. —Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional. —Organización del tiempo de trabajo.	> Equipo comprometido (p.43-67). > Comentarios por líneas de negocio (p.121-145).
102-9 Cadena de suministro Marco interno: descripción cualitativa de la consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	—Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	> Cadena de suministro (p.69-85). > Cadena de suministro. Criterios ambientales, sociales y de gobernanza (p.74-79). > Cadena de suministro. Logística sostenible (p.81-83).

Marco de reporte / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe
102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro		> Carta del Consejo de Administración (p.9-11). > El Grupo El Corte Inglés en cifras (p.7).
102-11 Principio o enfoque de precaución	—Principales riesgos relacionados con cuestiones medioambientales. —Procedimientos de evaluación o certificación ambiental. —Aplicación del principio de precaución en cuestiones medioambientales.	> El cliente. La oferta más diversa y de máxima calidad (p.29-33). > Cadena de suministro (p.69-85). > Medio Ambiente (p.87-103).
102-12 Iniciativas externas		> Sociedad. Participación activa en organizaciones e instituciones (p.119).
102-13 Afiliación a asociaciones	—Acciones de asociación o patrocinio.	> Sociedad. Participación activa en organizaciones e instituciones (p.119).
Estrategia		
102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones		> Carta del Consejo de Administración (p.9-11).
102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	—Descripción del modelo de negocio del Grupo. —Principales riesgos relacionados con cuestiones medioambientales. —Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, en la salud y la seguridad. —Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del Cambio Climático. —Principales riesgos relacionados con cuestiones sociales y relativas al personal. —Principales riesgos sobre el respeto de los derechos humanos. —Principales riesgos relativos a la lucha contra la corrupción y el soborno.	> Carta del Consejo de Administración (p.9-11). > Buen gobierno corporativo (p.13-23). > El cliente (p.25-41). > Equipo comprometido (p.43-67). > Cadena de suministro (p.69-85). > Medio Ambiente (p.87-103). > Sociedad (p.105-119).
Ética e integridad		
102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta		> Buen gobierno corporativo. Nuestros principios, valores y compromisos (p.14-15).
102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	—Denuncias por casos de vulneraciones de derechos humanos. —Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	> Buen gobierno corporativo. Cumplimiento normativo con un enfoque preventivo (p.21-22). > El cliente. La mejora continua y el diálogo permanente (p.36-41). > Cadena de suministro. Criterios ambientales, sociales y de gobernanza (p.74-79).
Gobernanza		
102-18 Estructura de gobernanza		> Buen gobierno corporativo. Las mejores prácticas (p.16-20).

Marco de reporte / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe
102-19 Delegación de autoridad		> Buen gobierno corporativo. Las mejores prácticas (p.16-20).
102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales		> Buen gobierno corporativo. Las mejores prácticas (p.16-20).
102-21 Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales		> Sobre este informe (p.146).
102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités		> Buen gobierno corporativo. Las mejores prácticas (p.16-20).
102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno		> Buen gobierno corporativo. Las mejores prácticas (p.16-20).
102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno		> Buen gobierno corporativo. Las mejores prácticas (p.16-20).
102-25 Conflictos de intereses		> Buen gobierno corporativo. Nuestros principios, valores y compromisos (p.14-15). > Buen gobierno corporativo. Cumplimiento normativo con un enfoque preventivo (p.21-22).
102-27 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno		> Buen gobierno corporativo. Las mejores prácticas (p.16-20). > Buen gobierno corporativo. Cumplimiento normativo con un enfoque preventivo (p.21-22).
102-29 Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales Marco interno: Seguro civil contratado por El Corte Inglés con prevención de riesgos ambientales	—Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, en la salud y la seguridad. —Procedimientos de evaluación o certificación ambiental. —Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales.	> Buen gobierno corporativo (p.13-23). > Medio Ambiente (p.87-103).
102-30 Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	—Principales riesgos relacionados con cuestiones medioambientales. —Procedimientos de evaluación o certificación ambiental. —Principales riesgos relacionados con cuestiones sociales y relativas al personal. —Principales riesgos sobre el respeto de los derechos humanos. —Principales riesgos relativos a la lucha contra la corrupción y el soborno.	> Medio Ambiente (p.87-103). > Cadena de suministro. Criterios ambientales, sociales y de gobernanza (p.74-79). > Buen gobierno corporativo (p.13-23).
102-31 Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	—Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, en la salud y la seguridad.	> Política Corporativa de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). https://www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es > Medio Ambiente (p.87-103).
102-32 Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad		> Política Corporativa de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). https://www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es

Marco de reporte / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe
102-33 Comunicación de preocupaciones críticas		> Política Corporativa de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). https://www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es
102-35 Políticas de remuneración Marco interno: sistema interno de RRHH del Grupo El Corte Inglés	—Políticas sobre cuestiones sociales y relativas al personal. —Remuneración media de los consejeros y directivos, desagregada por sexo.	> Equipo comprometido (p.43-67). > Buen gobierno corporativo. Las mejores prácticas (p.16-20).
102-36 Proceso para determinar la remuneración Marco interno: sistema interno de RRHH del Grupo El Corte Inglés	—Remuneración media de los consejeros y directivos, desagregada por sexo.	> Buen gobierno corporativo. Las mejores prácticas (p.16-20).
102-37 Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración		> Buen gobierno corporativo. Las mejores prácticas (p.16-20). > En nuestro Grupo estamos sujetos a la Negociación Colectiva, con representación sindical en los diferentes sectores de nuestra actividad, donde se determina la retribución en sus distintos conceptos. Todo ello con conocimiento de nuestros Comités de Empresa.
Participación de los grupos de interés		
102-40 Lista de grupos de interés		> Sobre este Informe (p.146).
102-41 Acuerdos de negociación colectiva	—Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país.	> Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.58-60).
102-42 Identificación y selección de grupos de interés		> Sobre este Informe (p.146).
102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	—Organización del diálogo social. —Relaciones mantenidas con las comunidades locales.	> Sobre este Informe (p.146). > Política Corporativa de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). https://www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es/
102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados		> Sobre este Informe (p.146).
Prácticas para la elaboración de informes		
102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados		> Sobre este Informe (p.146).
102-46 Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema		> Sobre este Informe (p.146).
102-47 Lista de temas materiales		> Sobre este Informe (p.146).
102-48 Reexpresión de la información		> Ver notas de los capítulos: El Grupo El Corte Inglés en cifras (p.7), Comentarios por líneas de negocio. Principales cifras económicas Grupo El Corte Inglés 2018 (p.123-124).
102-49 Cambios en la elaboración de informes		> Sobre este Informe (p.146).
102-50 Periodo objeto del informe		> Sobre este Informe (p.146).
102-51 Fecha del último informe		> Agosto 2018.
102-52 Ciclo de elaboración de informes		> Sobre este Informe (p.146).

Marco de reporte / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe
102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe		> Sobre este Informe (p.146).
102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI		> Sobre este Informe (p.146).
102-55 Índice de contenidos GRI		> Índices de contenidos GRI (p.151-165)
102-56 Verificación externa		> Informe de verificación (p.166-169).
CONTENIDOS TEMÁTICOS		
TEMAS ECONÓMICOS		
Desempeño económico		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	—Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local. —Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio.	> Carta del Consejo de Administración (p.9-11). > Sociedad. Generación de valor económico y social (p.109-110). > Comentario por líneas de negocio. Principales cifras económicas Grupo El Corte Inglés (p.123-124).
201-1 Valor económico directo generado y distribuido Marco interno: cuantía de beneficios pagados	—Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro. —Acciones de asociación o patrocinio. —Beneficios obtenidos por país. —Impuestos sobre beneficios pagados.	> Sociedad. Generación de valor económico y social (p.109-110).
201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	—Principales riesgos relacionados con cuestiones medioambientales. —Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del Cambio Climático.	> Medio Ambiente (p.87-103).
201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	—Remuneración media de los consejeros y directivos, desagregada por sexo.	> Véase remuneración media de Consejeros en el capítulo: Buen gobierno corporativo. Las mejores prácticas (p.18). > GRI 201-3. Ver Cuentas Anuales Consolidadas, nota 24.
201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	—Subvenciones públicas recibidas.	> Sociedad. Generación de valor económico y social (p.109-110).
Presencia en el mercado		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones	—Descripción del modelo de negocio.	> Comentario por líneas de negocio (p.121-145).
103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión		> Carta del Consejo de Administración (p.9-11). > El cliente (p.25-41).
202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	—Remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.	> Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.58-60).
202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local		> El principal país donde opera el Grupo El Corte Inglés es España. Por ello, la mayor parte del equipo directivo es de nacionalidad española.

Marco de reporte / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe
Impactos económicos indirectos		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	—Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local. —Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio.	> Sociedad. Generación de valor económico y social (p.109-110). > Sociedad. Vinculación con el entorno (p.112-118).
203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	—Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local. —Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio. —Acciones de asociación o patrocinio.	> Sociedad. Vinculación con el entorno (p.112-118).
203-2 Impactos económicos indirectos significativos	—Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local. —Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio. —Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	> Sociedad (p.105-119).
Prácticas de adquisición		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	—Inclusión de cuestiones ESG en la política de compras. —Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	> Cadena de suministro. Criterios ambientales, sociales y de gobernanza (p.74-79). > Cadena de suministro. Una gestión global que fomenta el desarrollo local (p.80-81).
204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	—Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.	> Cadena de suministro. Una gestión global que fomenta el desarrollo local (p.80-81). > Sociedad. Modelo de negocio inclusivo (p.111-112).
Anticorrupción		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	—Políticas relativas a la lucha contra la corrupción y el soborno. —Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno. —Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.	> Buen gobierno corporativo. Nuestros principios, valores y compromisos (p.14-15). > Buen gobierno corporativo. Cumplimiento normativo con un enfoque preventivo (p.21-22).
205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	—Principales riesgos relativos a la lucha contra la corrupción y el soborno.	> Buen gobierno corporativo. Cumplimiento normativo con un enfoque preventivo (p.21-22). > Cadena de suministro. Criterios ambientales, sociales y de gobernanza (p.74-79).
205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	—Políticas relativas a la lucha contra la corrupción y el soborno. —Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.	> Buen gobierno corporativo. Nuestros principios, valores y compromisos (p.14-15). > Cadena de suministro. Criterios ambientales, sociales y de gobernanza (p.74-79).
205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	—Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.	> Buen gobierno corporativo. Cumplimiento normativo con un enfoque preventivo (p.21-22).
Competencia desleal		
206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia		> Durante 2018 no se han recibido sanciones económicamente significativas por incumplimiento de la normativa en relación con cuestiones de competencia desleal, anticompetencia y prácticas monopolísticas.

Marco de reporte / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe
TEMAS AMBIENTALES		
Materiales		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen 301-2 Insumos reciclados 301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado	—Medidas de prevención y gestión de residuos. Economía circular. —Consumo de materias primas.	> Medio Ambiente. Caminando hacia una economía circular (p.90-97).
Energía		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	—Energía: Consumo, directo e indirecto; Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética; Uso de energías renovables.	> Medio ambiente. Lucha contra el cambio climático (p.97-101).
302-1 Consumo energético dentro de la organización	—Energía: Consumo, directo e indirecto; Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética; Uso de energías renovables.	> Medio ambiente. Lucha contra el cambio climático (p.97-101).
302-3 Intensidad energética	—Energía: Consumo, directo e indirecto; Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética; Uso de energías renovables.	> Medio ambiente. Lucha contra el cambio climático (p.97-101).
302-4 Reducción del consumo energético	—Medidas para prevenir la contaminación. —Energía: Consumo, directo e indirecto; Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética; Uso de energías renovables.	> Medio ambiente. Lucha contra el cambio climático (p.97-101).
302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	—Medidas para prevenir la contaminación. —Energía: Consumo, directo e indirecto; Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética; Uso de energías renovables.	> El Cliente. La oferta más diversa y de máxima calidad (p.29-33). > Medio ambiente. Lucha contra el cambio climático (p.97-101).
Agua		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	—El consumo de agua y el suministro.	> Medio Ambiente. Por una gestión sostenible del agua (p.102).
303-1 Extracción de agua por fuente	—El consumo de agua y el suministro.	> Medio Ambiente. Por una gestión sostenible del agua (p.102). > El abastecimiento de agua del Grupo proviene de redes de abastecimiento públicas y autorizadas.
303-2 Fuentes de agua significativamente afectadas por la extracción de agua	—El consumo de agua y el suministro.	> El abastecimiento de agua del Grupo proviene de redes de abastecimiento públicas y autorizadas carentes de impacto sobre hábitats protegidos.
303-3 Agua reciclada y reutilizada	—Medidas de prevención y gestión de residuos. Economía circular. —El consumo de agua y el suministro.	> El Grupo El Corte Inglés no realiza actividades de reciclado o reutilización de aguas de forma significativa.

Marco de reporte / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe
Biodiversidad		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	—Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad. —Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.	> El Grupo El Corte Inglés tiene ubicadas sus instalaciones en terrenos considerados urbanos y sin impactos significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alta biodiversidad por lo que consideramos este indicador no material.
304-1 Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	—Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.	> El Grupo El Corte Inglés tiene ubicadas sus instalaciones en terrenos considerados urbanos y sin impactos significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alta biodiversidad por lo que consideramos este indicador no material.
304-2 Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	—Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.	> El Grupo El Corte Inglés tiene ubicadas sus instalaciones en terrenos considerados urbanos y sin impactos significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alta biodiversidad por lo que consideramos este indicador no material.
304-3 Hábitats protegidos o restaurados	—Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad.	> El Grupo El Corte Inglés tiene ubicadas sus instalaciones en terrenos considerados urbanos y sin impactos significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alta biodiversidad por lo que consideramos este indicador no material.
304-4 Especies que aparecen en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones	—Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.	
Emisiones		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	—Emisiones de Gases de Efecto Invernadero. Metas de reducción de emisiones GEI. —Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del Cambio Climático.	> Medio ambiente. Lucha contra el cambio climático (p.97-101).
305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2) 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3) 305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	—Emisiones de Gases de Efecto Invernadero.	> Medio ambiente. Lucha contra el cambio climático (p.97-101).
305-5 Reducción de las emisiones de GEI	—Emisiones de Gases de Efecto Invernadero. —Medidas para prevenir la contaminación. —Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del Cambio Climático.	> Medio ambiente. Lucha contra el cambio climático (p.97-101).
305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	—Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente al medio ambiente (incluye también ruido y contaminación lumínica)	> El Grupo El Corte Inglés no presenta emisiones de SAO, así como tampoco presenta contaminación lumínica o acústica relevante para responder al apartado de la Ley.

Marco de reporte / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe
305-7 Óxidos de nitrógeno (NO _x), óxidos de azufre (SO _x) y otras emisiones significativas al aire	—Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente al medio ambiente (incluye también ruido y contaminación lumínica)	> El Grupo El Corte Inglés no presenta emisiones de NO _x y SO _x , así como tampoco presenta contaminación lumínica o acústica relevante para responder al apartado de la Ley.
Efluentes y residuos		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	—Medidas de prevención y gestión de residuos. Economía circular.	> Medio ambiente. Caminando hacia una economía circular (p.90-97).
306-1 Vertido de aguas en función de su calidad y destino	—Medidas de prevención y gestión de residuos. Economía circular.	> Dadas las actividades desarrolladas por el Grupo El Corte Inglés el único vertido significativo que se produce es el de las aguas procedentes de los sanitarios de los centros comerciales y oficinas, que en todos los casos se vierten a la red pública urbana en las condiciones especificadas legalmente.
306-2 Residuos por tipo y método de eliminación	—Medidas de prevención y gestión de residuos. Economía circular.	> Medio ambiente. Caminando hacia una economía circular (p.90-97).
306-3 Derrames significativos	—Medidas de prevención y gestión de residuos. Economía circular.	> Dadas las actividades desarrolladas por el Grupo El Corte Inglés el único vertido significativo que se produce es el de las aguas procedentes de los sanitarios de los centros comerciales y oficinas, que en todos los casos se vierten a la red pública urbana en las condiciones especificadas legalmente.
306-4 Transporte de residuos peligrosos		> El transporte de residuos peligrosos es realizado por empresas autorizadas por la Administración correspondiente. Se transportan exactamente los residuos generados, informados en el capítulo de residuos.
306-5 Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías		> Dadas las actividades desarrolladas por el Grupo El Corte Inglés el único vertido significativo que se produce es el de las aguas procedentes de los sanitarios de los centros comerciales y oficinas, que en todos los casos se vierten a la red pública urbana en las condiciones especificadas legalmente.
Cumplimiento ambiental		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión		> Buen gobierno corporativo. Cumplimiento normativo con un enfoque preventivo (p.21-22). > Medio ambiente (p.87-103).
307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental Marco interno: Seguro civil contratado por El Corte Inglés con prevención de riesgos ambientales. Cantidad económica que éste cubre en relación con dichos riesgos.	—Provisiones y garantías para riesgos ambientales	> Durante 2018 no se han recibido sanciones económicamente significativas por incumplimientos de la normativa en relación a temas ambientales.

Marco de reporte / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe
Evaluación ambiental de proveedores		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	—Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	> Cadena de suministro. Criterios ambientales, sociales y de gobernanza (p.74-79).
308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales 308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas Marco interno: descripción cualitativa de la consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	—Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental. —Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.	> Cadena de suministro. Criterios ambientales, sociales y de gobernanza (p.74-79).
TEMAS SOCIALES		
Empleo		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión Marco interno: descripción cualitativa de la organización del tiempo de trabajo	—Políticas sobre cuestiones sociales y relativas al personal. —Implantación de medidas de desconexión laboral. —Organización del tiempo de trabajo.	> Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.58-60).
401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal Marco interno: sistema interno de RRHH del Grupo El Corte Inglés	—Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional. —Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.	> Equipo comprometido. Atracción y retención del talento (p.52-54).En este ejercicio se facilita el número de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial, no disponiendo un sistema preparado para proporcionar los promedios de plantilla física.
401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	—Políticas sobre cuestiones sociales y relativas al personal.	> El Grupo El Corte Inglés no establece diferencias significativas entre los beneficios sociales ofertados a todos sus empleados, bien sean a tiempo parcial o completo, o temporales o indefinidos.
401-3 Permiso parental	—Medidas para facilitar la conciliación.	> Equipo comprometido. Igualdad de oportunidades y conciliación (p.62-64).
Relaciones trabajador-empresa		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión 402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	—Organización del diálogo social.	> Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.58-60).
Salud y Seguridad en el trabajo		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	—Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	> Equipo comprometido. Un entorno de trabajo seguro y saludable (p.64-67).

Marco de reporte / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe
403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad	—Organización del diálogo social. —Balance de los convenios colectivos.	> Equipo comprometido. Un entorno de trabajo seguro y saludable. El Grupo El Corte Inglés en España cuenta con representantes de los trabajadores a través de Comités de Seguridad y Salud y delegados de prevención en aquellos casos donde por el número de trabajadores es necesario y siempre que se hayan instado elecciones sindicales, cubriendo estos Comités y delegados al 100% de los empleados representados por los mismos (p.64-67).
403-2 Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	—Número de horas de absentismo. —Accidentes de trabajo (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo. —Enfermedades profesionales (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo.	> Equipo comprometido. Un entorno de trabajo seguro y saludable (p.64-67).
403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	—Accidentes de trabajo (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo. Enfermedades profesionales (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo.	> Equipo comprometido. Un entorno de trabajo seguro y saludable (p.64-67).
403-4 Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos	—Balance de los convenios colectivos.	> Equipo comprometido. Un entorno de trabajo seguro y saludable (p.64-67). > Tal y como indica la normativa de aplicación los Comités tratan aspectos de seguridad y salud aplicables a nuestras actividades.
Formación y enseñanza		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	—Políticas implementadas en el campo de la formación.	> Equipo comprometido. Desarrollo profesional (p.55-58).
404-1 Media de horas de formación al año por empleado	—Horas de formación por categorías profesionales.	> Equipo comprometido. Desarrollo profesional (p.55-58).
404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	—Políticas implementadas en el campo de la formación. —Medidas adoptadas para promover el empleo.	> Equipo comprometido. Desarrollo profesional (p.55-58).
404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional		> Equipo comprometido. Desarrollo profesional (p.55-58).
Diversidad e igualdad de oportunidades		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión Marco interno: descripción cualitativa de las principales actuaciones implementadas para garantizar la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	—Planes de igualdad. —Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres. —La integración y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	> Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.58-60). > Equipo comprometido. Integración y diversidad (p.61-62). > Equipo comprometido. Igualdad de oportunidades y conciliación (p.62-64).

Marco de reporte / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe
405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	—Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional. —Empleados con discapacidad.	> Equipo comprometido (p.43-67). > Equipo comprometido. Integración y diversidad (p.61-62).
405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres Marco interno: sistema interno de RRHH del Grupo El Corte Inglés	—Remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor. —Brecha salarial. —Remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.	> La remuneración del salario base se define en los convenios aplicables y no hay diferencias por razón de género.
No discriminación		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	—Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo. Promoción y cumplimiento de las disposiciones de la OIT.	> Equipo comprometido. Igualdad de oportunidades y conciliación (p.62-64). > Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.58-60).
406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas Marco interno: descripción cualitativa sobre el enfoque de la organización en relación a la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación	—Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad. —Eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación	> Equipo comprometido. Igualdad de oportunidades y conciliación (p.62-64). No se ha tramitado ningún caso de discriminación por motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional u origen social de acuerdo con la definición de la OIT.
Libertad de asociación y negociación colectiva		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	—Promoción y cumplimiento de las disposiciones de la OIT.	> Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.58-60).
407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo Marco interno: descripción cualitativa de la consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	—Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	> Cadena de suministro. Criterios ambientales, sociales y de gobernanza (p.74-79). > Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.58-60).
Trabajo infantil		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	—Promoción y cumplimiento de las disposiciones de la OIT. —Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	> Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.58-60). > Cadena de suministro. Criterios ambientales, sociales y de gobernanza (p.74-79).
408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil Marco interno: descripción cualitativa sobre el enfoque de la organización en relación a la abolición del trabajo infantil	—Abolición efectiva del trabajo infantil.	> Cadena de suministro. Criterios ambientales, sociales y de gobernanza (p.74-79).

Marco de reporte / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe
Trabajo forzoso u obligatorio		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	—Promoción y cumplimiento de las disposiciones de la OIT. —Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	> Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.58-60). > Cadena de suministro. Criterios ambientales, sociales y de gobernanza (p.74-79).
409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio Marco interno: descripción cualitativa sobre el enfoque de la organización en relación a la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio	—Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental. —Eliminación del trabajo forzoso u obligatorio.	> Cadena de suministro. Criterios ambientales, sociales y de gobernanza (p.74-79).
Derechos de los pueblos indígenas		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	—Políticas sobre el respeto de los derechos humanos.	> Cadena de suministro. Criterios ambientales, sociales y de gobernanza (p.74-79). > Sociedad. Participación activa en organizaciones e instituciones (p.119).
411-1 Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas	—Denuncias por casos de vulneraciones de derechos humanos.	> El Grupo El Corte Inglés no desarrolla actividades de riesgo en relación con los derechos de los pueblos indígenas.
Evaluación de derechos humanos		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	—Políticas sobre el respeto de los derechos humanos. —Aplicación de procedimientos de debida diligencia en derechos humanos. —Prevención de los riesgos de vulneración de los derechos humanos. —Denuncias por casos de vulneraciones de derechos humanos. Promoción y cumplimiento de las disposiciones de la OIT.	> Cadena de suministro. Criterios ambientales, sociales y de gobernanza (p.74-79). > Sociedad. Participación activa en organizaciones e instituciones (p.119). > Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.58-60).
412-1 Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	—Prevención de los riesgos de vulneración de los derechos humanos.	> Cadena de suministro. Criterios ambientales, sociales y de gobernanza (p.74-79).
412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	—Políticas sobre el respeto de los derechos humanos. —Políticas implementadas en el campo de la formación.	> Equipo comprometido. Igualdad de oportunidades y conciliación (p.62-64).
412-3 Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos		> Cadena de suministro. Criterios ambientales, sociales y de gobernanza (p.74-79).
Comunidades locales		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	—Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local. —Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio. —Relaciones mantenidas con las comunidades locales. —Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	> Sociedad (p.105-119).

Marco de reporte / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe
413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	—Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local. —Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio. —Relaciones mantenidas con las comunidades locales.	> Sociedad (p.105-119).
413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	—Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local. —Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio.	> Cadena de suministro. Criterios ambientales, sociales y de gobernanza (p.74-79).
Evaluación social de los proveedores		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	—Inclusión de cuestiones ESG en la política de compras. —Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	> Cadena de suministro. Criterios ambientales, sociales y de gobernanza (p.74-79).
414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	—Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	> Cadena de suministro. Criterios ambientales, sociales y de gobernanza (p.74-79).
414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas Marco interno: descripción cualitativa de la consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	—Aplicación de procedimientos de debida diligencia en derechos humanos. —Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental. —Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.	> Cadena de suministro. Criterios ambientales, sociales y de gobernanza (p.74-79).
Política pública		
415-1 Contribuciones a partidos y/o representantes políticos		> Según nuestro código ético el Grupo El Corte Inglés no permite realizar contribuciones a partidos políticos y sus representantes.
Salud y seguridad de los clientes		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión Marco interno: información cuantitativa sobre quejas recibidas y su resolución	—Medidas para la salud y seguridad de los consumidores. —Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	> El cliente. La oferta más diversa y de máxima calidad (p.29-33). > El cliente. La mejora continua y el diálogo permanente (p.36-41).
416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	—Medidas para la salud y seguridad de los consumidores.	> El cliente. La oferta más diversa y de máxima calidad (p.29-33).
416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	—Medidas para la salud y seguridad de los consumidores.	> Durante 2018 no se han recibido sanciones económicamente significativas por incumplimiento de la normativa en relación a cuestiones sobre la seguridad y salud de los productos y servicios.

Marco de reporte / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe
Marketing y etiquetado		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	—Medidas para la salud y seguridad de los consumidores.	> El cliente (p.25-41).
417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	—Medidas para la salud y seguridad de los consumidores.	> En este sentido, el Grupo El Corte Inglés da cumplimiento a los requerimientos legales en este ámbito.
417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	—Medidas para la salud y seguridad de los consumidores.	> Durante 2018 no se han recibido sanciones económicamente significativas por incumplimiento de la normativa en relación a etiquetado de productos y servicios.
417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing		> Durante 2018 no se han recibido sanciones económicamente significativas por incumplimiento de la normativa en relación a comunicaciones de marketing.
Privacidad del cliente		
103-1 Explicación de asunto material y sus limitaciones 103-2 Enfoque de gestión y componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	—Medidas para la salud y seguridad de los consumidores. —Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	> El cliente (p.25-41).
418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	—Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	> El cliente. La mejora continua y el diálogo permanente (p.36-41).
Cumplimiento socioeconómico		
419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	—Denuncias por casos de vulneraciones de derechos humanos.	> Durante el 2018 no se han recibido sanciones económicamente significativas por incumplimiento de la normativa en relación a cuestiones sociales y económicas.

INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME NO FINANCIERO CONSOLIDADO



Ernst & Young, S.L.
C/ Raimundo Fernández Villaverde, 65
28003 Madrid

Tel.: 902 365 456
Fax.: 915 727 300
ey.com

INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME NO FINANCIERO CONSOLIDADO

A los accionistas de El Corte Inglés, S.A.:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Informe No Financiero Consolidado adjunto (en adelante INF) correspondiente al ejercicio anual terminado el 28 de febrero 2019 (ejercicio 2018), de El Corte Inglés, S.A. y sociedades dependientes (en adelante, el Grupo) que forma parte del Informe de Gestión Consolidado 2018 del Grupo.

El contenido del INF incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en el apartado "Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018 e indicadores GRI" incluido en el INF adjunto.

Responsabilidad de los Administradores

La formulación del INF incluido en el Informe de Gestión Consolidado del Grupo, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Administradores de El Corte Inglés, S.A. El INF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative (estándares GRI) seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en el apartado "Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018 e indicadores GRI" incluido en el INF adjunto.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el INF esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los administradores de El Corte Inglés, S.A. son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del INF.

Nuestra independencia y control de calidad

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesional, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC 1) y mantiene, en consecuencia, un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias aplicables.



2

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Información no Financiera y, específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado que se refiere exclusivamente al ejercicio anual terminado el 28 de febrero 2019 (ejercicio 2018). Los datos correspondientes a ejercicios anteriores no estaban sujetos a la verificación prevista en la normativa mercantil vigente. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, "Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría o de la Revisión de Información Financiera Histórica" (NIEA 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de seguridad limitada los procedimientos llevados a cabo varían en su naturaleza y momento de realización, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de seguridad razonable y, por lo tanto, la seguridad que se obtiene es sustancialmente menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades del Grupo que han participado en la elaboración del INF, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el INF y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- ▶ Reuniones con el personal del Grupo para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- ▶ Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el INF correspondientes al ejercicio anual terminado el 28 de febrero 2019 (ejercicio 2018) función del análisis de materialidad realizado por el Grupo y descrito en el apartado "Sobre este informe" del INF adjunto, considerando contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- ▶ Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el INF correspondientes al ejercicio anual terminado el 28 de febrero 2019 (ejercicio 2018).
- ▶ Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el INF correspondientes al ejercicio anual terminado el 28 de febrero 2019 (ejercicio 2018).
- ▶ Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el INF correspondientes al ejercicio anual terminado el 28 de febrero 2019 (ejercicio 2018) y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.
- ▶ Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la Dirección.



3

Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que el INF del Grupo correspondiente al ejercicio anual terminado el 28 de febrero 2019 (ejercicio 2018) no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en el apartado "Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018 e indicadores GRI" incluido en el INF adjunto.

Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.



10 de junio de 2019

Diseño:
Baud Branding

Realización:
El Corte Inglés, S.A.

**Preimpresión
Informe de Actividad
y Libro Resumen:**
Rhapsody Media

**Impresión Informe
de Actividad:**
Sodegraf, S.A.

**Impresión
Libro Resumen:**
V.A. Impresores, S.A.

Depósito Legal:
M-24635-2019



©2019 El Corte Inglés, S.A.
Hermosilla, 112.
28009 Madrid

elcorteingles.es

El Corte Inglés