





Informe Anual del ejercicio 2011 que el  
Consejo de Administración de  
El Corte Inglés, S.A. somete a la aprobación  
de la Junta General de Accionistas,  
convocada para el día 26 de agosto de 2012.



# Informe Anual 2011

El Corte Inglés

# Índice

## Presentación

Cifras más significativas del Grupo consolidado .....	7
Aportación a la Renta Nacional .....	9
Consejo de Administración .....	11
Informe del Presidente .....	12

---

## Parte I

<b>Informe de actividad de El Corte Inglés y su grupo empresarial .....</b>	<b>16</b>
---	-----------

<b>Información económica .....</b>	<b>17</b>
------------------------------------	-----------

<b>Análisis económico .....</b>	<b>18</b>
---------------------------------	-----------

Cifra de negocios .....	18
Beneficio consolidado .....	20
Inversiones .....	22

<b>Comentario por líneas de negocio .....</b>	<b>24</b>
---	-----------

Grandes almacenes El Corte Inglés .....	24
Hipermercados Hipercor .....	32
Tiendas de proximidad .....	36
Sfera .....	40
Óptica 2000 .....	42
Bricolaje Bricor .....	44
Grupo Viajes El Corte Inglés .....	46
Tecnologías de la información y las comunicaciones .....	50
Grupo de seguros .....	54
Financiera .....	56

<b>Responsabilidad Social Empresarial .....</b>	<b>58</b>
---	-----------

<b>El cliente .....</b>	<b>62</b>
-------------------------	-----------

<b>Capital humano .....</b>	<b>70</b>
-----------------------------	-----------

<b>Los proveedores .....</b>	<b>78</b>
------------------------------	-----------

<b>Medio ambiente .....</b>	<b>82</b>
-----------------------------	-----------

<b>Integración en la sociedad .....</b>	<b>86</b>
---	-----------

<b>Fundación Ramón Areces .....</b>	<b>90</b>
-------------------------------------	-----------



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

---

Información económica	17
<b>Responsabilidad Social Empresarial</b>	<b>58</b>





---

## Responsabilidad Social Empresarial

El cliente	62
Capital humano	70
Los proveedores	78
Medio ambiente	82
Integración en la sociedad	86
Fundación Ramón Areces	90



El Grupo El Corte Inglés mantiene un sólido modelo empresarial basado en una serie de principios éticos y responsables, de compromiso con el cliente, de respeto hacia los empleados, y de vinculación con el entorno social y medioambiental. Sobre estos pilares, la compañía ha desarrollado una política de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que está integrada en su propia estrategia de gestión y forma parte de la actividad diaria del negocio.

Durante los más de setenta años de historia del Grupo, estos principios han marcado la senda por la que camina nuestro modelo de negocio que, al mismo tiempo, ha sabido adaptarse a las nuevas tendencias y metodologías que conlleva una moderna concepción de la RSE.

El Grupo El Corte Inglés considera que una estrategia socialmente responsable debe afectar a toda la

organización en su conjunto. Por ello hay un Comité de RSE integrado por la dirección y con representación de todas las áreas de actividad de la empresa. Es una forma de garantizar que esos principios trascienden a todos los ámbitos de actividad y a todos los niveles de la organización.

Además y para ganar operatividad, existen varios grupos de trabajo interdisciplinares vinculados a las diferentes materias relacionadas con la RSE con el objetivo de facilitar al Comité de Responsabilidad Social la toma de decisiones.

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

## Los principios de nuestra cultura corporativa

### Ética y responsabilidad

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

### Garantía y servicio al cliente

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

### Relación y vinculación con el entorno

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

### Respeto al medio ambiente

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



# El cliente

El cliente constituye el eje de nuestra actividad; es nuestra prioridad y nuestra razón de ser. Por eso toda la estrategia comercial se desarrolla en función de sus necesidades y de su satisfacción, con propuestas de productos y servicios de calidad, innovadores, con todas las garantías de seguridad y adaptados a las nuevas tendencias y demandas del mercado. Todas las decisiones que se toman tienen un único objetivo: ganarnos la confianza de nuestros clientes y responderles como se merecen porque al confiar en nosotros, nos hacen crecer.

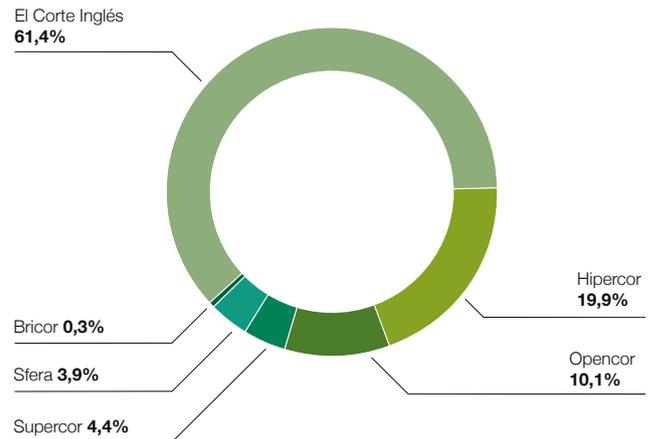
Esta confianza mutua refuerza nuestros compromisos que se resumen en el lema: “Si no queda satisfecho, le devolvemos su dinero”.

Fruto de esa estrecha relación que mantenemos con el cliente, durante el ejercicio 2011 recibimos más de 630 millones de visitas en todas las tiendas del Grupo, la mayor parte de las cuales fueron a centros de El Corte Inglés e Hipercor. Una gran parte de los clientes poseen la tarjeta de compra El Corte Inglés que cuenta con casi 11 millones de usuarios.



## Afluencia de clientes a los centros

POR FORMATOS



## Índices de satisfacción

*Nuestro principal objetivo es la satisfacción del cliente. Por ello contamos con un barómetro interno que se elabora a partir de las encuestas que se realizan a nuestros clientes, permitiéndonos avanzar hacia la excelencia. En 2011 se realizaron más de 142.000 encuestas obteniendo como resultado un alto grado de satisfacción.*

*Además de esta autoevaluación continua, El Corte Inglés es analizado por compañías y organismos ajenos al Grupo. Sus conclusiones ponen de manifiesto que el grado de satisfacción de nuestros clientes está entre los primeros puestos del sector de la distribución, con una alta valoración social y una buena reputación corporativa.*

## Nuestros compromisos con el cliente

### Calidad

Nuestro compromiso de calidad abarca a todo tipo de productos y servicios. Hay calidad en alimentación, moda, hogar, ocio, deporte, electrónica... Pero también en nuestros edificios, en sus instalaciones y en el ambiente que creamos para el cliente.

### Garantía

Este compromiso resume todos los anteriores porque con él garantizamos el producto y el servicio que ofrecemos en nuestros centros. Es el pilar sobre el que se sustenta la relación de confianza que mantenemos con nuestros clientes.

### Servicio

Tenemos vocación de servicio al cliente en un sentido amplio, y eso nos lleva a ofrecer atención personalizada y orientación al cliente que lo desea, a escuchar sus observaciones y sugerencias, mejorando cada día, y a contar con una amplia gama de servicios en todas nuestras tiendas.

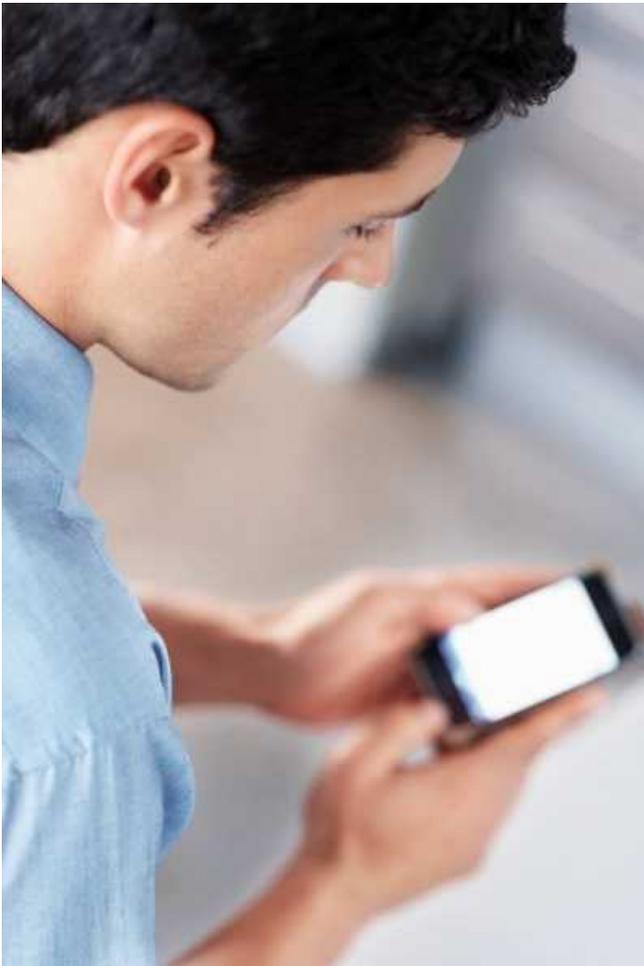
Cliente

### Especialización

Somos especialistas en cada una de las áreas en las que trabajamos: en moda, perfumería, alimentación, viajes, decoración, seguros, informática, cultura y ocio... La amplitud de surtido y la preparación de nuestros profesionales lo avalan.

### Surtido

Creemos en la libertad de elección y por ello ofrecemos a nuestros clientes un amplio abanico de posibilidades, con marcas, productos y modelos adecuados a todas las necesidades, gustos y posibilidades económicas.



## Comunicación abierta y fluida

Nuestros canales de comunicación con el cliente están abiertos de forma permanente. Escuchamos sus sugerencias y opiniones, y actuamos en consecuencia para cumplir con sus expectativas y ofrecer aquello que requieren. Además de la atención directa y personalizada que encuentra en nuestras tiendas, el cliente también cuenta con otras vías de comunicación: nuestras páginas web, el correo electrónico, la llamada telefónica, por SMS o por correo ordinario.

Durante el ejercicio 2011 la web de El Corte Inglés recibió más de 122 millones de visitas, un 18,4% más que el año anterior; con 3,8 millones de usuarios registrados, lo que la convierte en un referente del comercio electrónico en España.

### ► Escuchamos y respondemos

*Para aquellos casos que requieren de una comunicación personalizada, El Corte Inglés recurre a la vía más adecuada. Tenemos una relación directa y de doble dirección con nuestros clientes. En 2011 se contabilizaron:*

- 3,5 millones de consultas telefónicas*
- 9,2 millones de llamadas telefónicas realizadas a clientes*
- 493.000 mensajes enviados a móviles de clientes*
- 50.500 consultas recibidas a través del correo electrónico*

En 2011 la web de El Corte Inglés recibió más de 122 millones de visitas, un 18,4% más que el año anterior, y 3,8 millones de usuarios registrados, lo que la convierte en un referente del comercio electrónico en España



Además, el Grupo tiene páginas específicas de otras líneas de negocio, cada una de las cuales ofrece aquello que demandan sus clientes, desde información sobre ofertas o promociones de productos hasta guías didácticas, consejos o novedades.

En 2011 se han impulsado también otras web dirigidas a ofrecer un mejor servicio y satisfacer las necesidades del cliente, como *laaventuradesermadre*, que incluye artículos y recomendaciones útiles para padres, futuras madres y sus bebés, y la web *espaciodemusica* que tiene una amplia interrelación con las redes sociales informando sobre las novedades más recientes, al mismo tiempo que permite la compra de discos, vídeos y entradas a conciertos y musicales.

Asimismo, se ha ampliado el surtido del resto de páginas web, sobre todo la de moda y la librería, y se ha adaptado la tienda *on-line* de El Corte Inglés a los móviles. Este nuevo formato permite elegir entre miles de artículos de todo tipo y comprar desde un *smartphone* utilizando cualquier medio de pago.

También la comunicación publicitaria responde a las expectativas de una empresa socialmente responsable. La Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol), que vela por la ética y la lealtad publicitaria en beneficio de los consumidores, ha expedido a El Corte Inglés un certificado de responsabilidad social corporativa por sus prácticas habituales en el marco de la publicidad.

## Un cuidado especial hacia las minorías

Tenemos una vocación universal hacia el cliente sin distinción de edad, gustos, preferencias o capacidad económica. Esta pluralidad nos permite también prestar atención a todos aquellos colectivos minoritarios que requieren algún tipo de producto o servicio específico, ya sea en moda, cosmética, alimentación...

En este sentido, contamos con una amplia variedad de tallajes, incluidas tallas especiales y *petite*, adaptadas a las características de cada cliente; hemos lanzado una marca de cosmética propia, Plantea, que se vende en parafarmacia y está dirigida a personas con pieles sensibles; y en alimentación, velamos por garantizar un surtido adecuado a personas con problemas de intolerancia de algún tipo. Special Line es la marca propia del Grupo destinada a cubrir estas necesidades en alimentación.



### ► Comercio justo

*Estamos comprometidos con la ayuda al desarrollo y, al mismo tiempo, queremos dar respuesta a aquellos clientes que desean producto certificado como Comercio Justo. Por ello en nuestros lineales se pueden encontrar productos de comercio justo, especialmente café, té, chocolates, mermeladas, confituras, galletas, arroz e incluso turrones.*

Tenemos una vocación universal hacia el cliente sin ningún tipo de distinción, lo que nos permite prestar atención a todos aquellos colectivos minoritarios que requieren algún tipo de producto o servicio específico, ya sea en moda, cosmética o alimentación

Nuestros supermercados ofrecen de forma diferenciada y señalizada productos aptos para celíacos, tanto frescos como de ultramarinos, desde panes y bollería, a quesos, hamburguesas, pescados ahumados, frutos secos e incluso dulces de temporada como roscones de Reyes sin gluten. En conjunto contamos con unas 1.600 referencias específicas para celíacos.

También se ha ampliado de forma notable la gama de productos sin lactosa, los bajos en grasa y/o sal, que ya cuentan con más de 420 referencias, y los ecológicos, de los que disponemos de unas 1.170 referencias. Asimismo, hemos aumentado la oferta de productos *free from*, es decir, dietéticos que no contienen gluten, lactosa, huevos ni trazas de frutos secos.

Mantenemos un continuo respeto hacia las minorías culturales ofreciendo productos dirigidos a dichos colectivos. En conjunto contamos con más de 1.100 referencias de productos kosher, halal, tex-mex, orientales, etc.



## Servicios y productos responsables

Para dar respuesta a los clientes más preocupados por el medio ambiente se ha incrementado la oferta de productos de alta eficiencia energética, y se ha colaborado en los Planes Renove de Electrodomésticos, Calderas, Aire Acondicionado y Ventanas en Viviendas organizados por las diferentes comunidades autónomas.

Además, la División de Venta a Distancia ha creado la página “ECOLIFE, La naturaleza cuenta contigo” en la que se ofrece, de forma diferenciada, una gama de productos para cuidar nuestro entorno; en esta misma página se dan consejos y recomendaciones de carácter ambiental y se invita al usuario a participar de una forma proactiva en la misma.

Asimismo, El Corte Inglés se ha convertido en la primera cadena de distribución española en ofrecer conservas y pescado congelado con la ecoetiqueta MSC, cuyo estándar garantiza que el pescado proviene de una pesquería auditada de forma independiente para verificar el estado del stock, el impacto en el medio ambiente y la gestión.

En cuanto al ámbito del turismo responsable, Viajes El Corte Inglés colabora con más de 60 hoteles ecológicos para ofrecer a los clientes una oferta medioambiental atractiva en los destinos turísticos más relevantes de España.

## Seguridad del producto

Durante el ejercicio 2011, El Corte Inglés ha avanzado en sus planes de control y mejora de la calidad y la seguridad de los productos que comercializa, con especial atención a sus más de 60 marcas propias. En este contexto, destaca la actuación de los dos laboratorios que posee el Grupo, el de alimentación y gran consumo que realizó más de 10.000 análisis en 2011, y el de textil y complementos que ha mejorado los protocolos de análisis y verificación con el fin de garantizar la calidad de las prendas. Ambos laboratorios han colaborado en las actividades de los comités textil y agroalimentario de la Asociación Española para la Calidad.

Esta gestión interna se complementa con la colaboración de otras entidades externas entre las que figuran AITEX, Instituto Tecnológico Textil con sede en Alcoy (Alicante), y AIJU, Instituto de Investigación del Juguete con sede en Ibi (Alicante). También se ha iniciado una línea de colaboración con INESCOP, Instituto Tecnológico del Calzado y Conexas de Elda (Alicante).

Asimismo, se mantiene una constante política de control de calidad tanto de los nuevos proveedores como de los ya existentes y, especialmente de los artículos importados de países terceros. Para ello se cuenta con el apoyo de organizaciones especializadas como Intertek y Bureau Veritas.

El laboratorio de alimentación y gran consumo que posee el Grupo realizó más de 10.000 análisis en 2011



## Principales cifras:

- *Empleo total al cierre de ejercicio: 99.323 personas*

---

  - *63% son mujeres y el 37% hombres*
  - *93% tienen contrato fijo*
  - *71% trabajan a jornada completa*
  - *39 años de edad media y 13 de antigüedad media*

---
- *12.310 cursos presenciales, con una media de 9,5 alumnos y 8 horas por curso.*

---
- *474 personas fueron promocionadas a puestos de mayor responsabilidad.*

---
- *2.814 personas recibieron emblemas por los años de permanencia en el Grupo.*

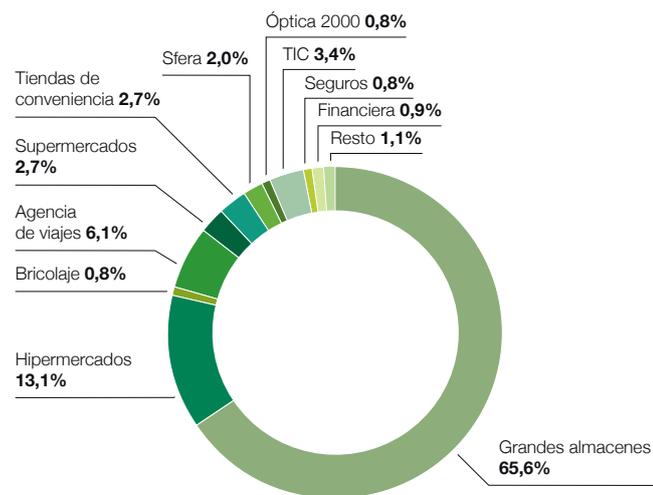
---

Durante el ejercicio, hemos continuado la línea de actuación emprendida en años anteriores, para obtener una mayor eficacia y flexibilidad organizativa.

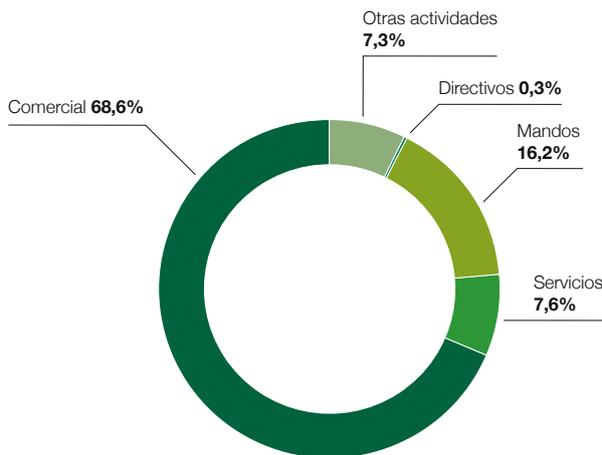
El Grupo El Corte Inglés contó durante 2011 con una plantilla media (transformada a jornada completa) de 88.820 personas. El empleo total al cierre del ejercicio alcanzó las 99.323 personas, repartidas entre todas las empresas del Grupo.

En los siguientes gráficos se refleja la distribución de la plantilla del Grupo en función de diversos parámetros:

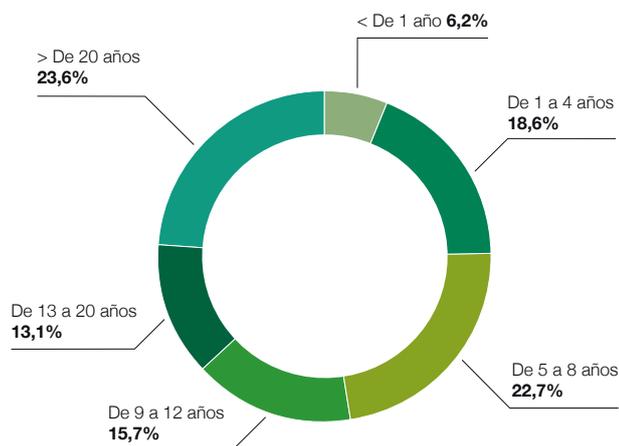
**Distribución del personal**  
POR LÍNEAS DE NEGOCIO



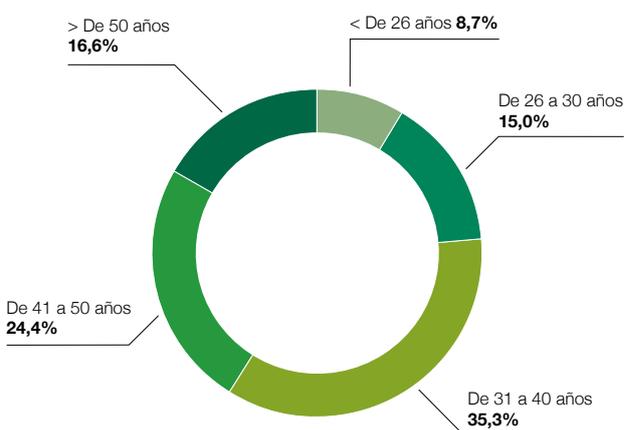
**Distribución del personal**  
POR GRUPOS DE ACTIVIDAD



**Distribución del personal**  
POR INTERVALOS DE ANTIGÜEDAD



**Distribución del personal**  
POR INTERVALOS DE EDAD



## Formación

La formación y profesionalidad de nuestros empleados constituye uno de los elementos esenciales de nuestra cultura empresarial. Por ello, y dentro de nuestra política de formación continua, contamos con acciones y programas adaptados a cada puesto de trabajo. Estos cursos específicos para cada área o materia representan el 90% de la formación impartida. A ello hay que añadir otra serie de acciones formativas breves y flexibles, diseñadas para informar sobre las novedades que se producen en cada área, especialmente en relación a los productos que comercializamos.

Los nuevos empleados que se incorporan al Grupo reciben una formación de inicio que les permite adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar su trabajo, acorde a los estándares de servicio y calidad que nos caracterizan. En 2011 se llevaron a cabo acciones de este tipo, que requieren una mayor duración, para cubrir fundamentalmente las aperturas de los centros de Marineda, en A Coruña, y de Córdoba (inaugurado ya en 2012). En el caso del personal de venta, esta formación se completa con prácticas en diferentes establecimientos comerciales, como paso previo a la inauguración del que será su centro de trabajo.

*Curso de repostería en el Centro de Formación de Herrera Oria (Madrid).*



**Dentro de nuestra política de formación continua, contamos con acciones y programas adaptados a cada puesto de trabajo**

Además de la enseñanza presencial, el Grupo también lleva a cabo un programa de formación *on-line* a través de la plataforma *Aul@Eci*. Esto permite el acceso a un gran número de alumnos que de una manera flexible, normalizada e individualizada, pueden

adquirir o actualizar los nuevos conocimientos que requiere su puesto de trabajo. En 2011 se desarrollaron 69 cursos y módulos interactivos nuevos, y en total se produjeron más de 238.000 accesos a la plataforma.

Contenidos	Cursos	Horas	Alumnos
<b>Formación Presencial</b>			
Mandos	664	9.408	7.621
Producto y oficios	6.855	50.138	58.200
Comercial y marketing	2.102	22.235	24.934
Administración e informática	2.521	15.851	23.875
Otros	168	2.150	1.942
<b>TOTAL F. PRESENCIAL</b>	<b>12.310</b>	<b>99.782</b>	<b>116.572</b>
Formación <i>on-line</i>	-	168.959	238.707
<b>TOTAL</b>	<b>12.310</b>	<b>268.741</b>	<b>355.279</b>

Duración media en horas de los cursos (formación presencial)	8
Nº medio de alumnos por curso (formación presencial)	9,5
Índice de rotación (formación presencial)	1,2
Índice de rotación (total)	3,6

## Promoción y reconocimiento

La evolución del Grupo va ligada al desarrollo de las personas porque contribuir a su crecimiento profesional y personal es la mejor forma de alcanzar nuestros objetivos. En esta línea de desarrollo profesional se enmarca la promoción interna. Durante 2011 más de 470 personas han sido promocionadas a puestos de mayor responsabilidad.

Otra forma de vinculación del Grupo con su personal es la imposición de emblemas a las personas que cumplen 25 y 15 años de servicio. Es una manera de premiar la fidelidad y constancia que refuerzan nuestra cultura. En conjunto, en el ejercicio 2011 se entregaron más de 2.800 emblemas.

## Planes de igualdad

El Grupo El Corte Inglés mantiene un avance continuo en sus políticas de igualdad. Ya en el ejercicio 2012 se ha firmado el Plan de Igualdad de la empresa Óptica 2000, que se suma a los firmados con anterioridad en El Corte Inglés, Hipercor, Informática El Corte Inglés, Viajes El Corte Inglés, la compañía de Seguros, Financiera, las Tiendas de Conveniencia Opencor y Gestión de Puntos de Venta. Todos ellos han sido negociados y aprobados con la representación legal de los trabajadores y están funcionando en un marco de absoluta normalidad.

En este contexto, se sigue incidiendo en aquellos aspectos relacionados con el acceso y la promoción profesional, la formación y las mejoras en la conciliación de la vida personal, familiar y laboral.



Además de la incorporación de personas con discapacidad a nuestra plantilla, se colabora con centros especiales de empleo para la subcontratación de servicios y compra de productos fabricados en dichos centros

## Integración y diversidad

El Grupo mantiene una estrategia orientada a conseguir la integración de las personas con discapacidad en el mundo laboral. Además de la incorporación de personas a nuestra plantilla, se colabora con centros especiales de empleo para la subcontratación de servicios y compra de productos fabricados en dichos centros.

Los datos más significativos en el ejercicio 2011 son:

- Personas contratadas directamente: 942
- Centros Especiales de Empleo (CEE): 75
- Facturación a CEE: 15 millones de euros

Este espíritu de integración y diversidad también se encuentra en la composición de nuestra plantilla donde al cierre del ejercicio contábamos con unas 4.700 personas de nacionalidad no española procedentes de más de 60 países de todo el mundo.

## Seguridad y salud laboral

El Servicio de Prevención del Grupo El Corte Inglés mantiene una política de mejora continua en los sistemas de trabajo, lo que conlleva una serie de actuaciones destinadas a garantizar unas condiciones y un entorno seguro y saludable para los trabajadores. En este sentido, durante el ejercicio 2011 se han puesto en marcha nuevas acciones formativas entre las que destacan:

- Formación de Recursos Preventivos. Más de 500 mandos y coordinadores de los departamentos de mantenimiento, seguridad, promoción punto de venta y logística, han sido capacitados para el control eficaz de medidas preventivas en determinadas actividades de especial complejidad.
- Formación para los Comités de Seguridad y Salud. Se ha desarrollado una nueva acción formativa dirigida a los miembros de los Comités de Seguridad y Salud, que les faculta a participar de forma más activa en la prevención de riesgos.

Por otra parte, también se ha avanzado en la coordinación con las empresas que prestan sus servicios en los centros del Grupo para mejorar los aspectos relativos a la prevención.

## Beneficios sociales

Dentro de la política de relación con sus empleados, el Grupo ofrece una serie de beneficios sociales entre los que cabe destacar los siguientes:

- Seguro de Vida Colectivo, cuyo importe por este concepto fue de 6,4 millones de euros en el ejercicio.
- Acceso para los empleados a estudios superiores a través del Centro de Estudios Universitarios Ramón Areces (CEURA). Durante el ejercicio 2011 han cursado diversos estudios un total de 806 personas, con el siguiente desglose:

Materias	Diplomaturas	Licenciaturas	Grados (nuevo plan)	Adaptación (on-line)	TOTAL
Derecho	-	47	74	-	121
Economía / Admón. y Dirección de Empresas	71	52	119	-	242
Ingeniería Informática	53	3	44	-	100
Turismo	-	-	121	73	194
<b>SUBTOTAL</b>	<b>124</b>	<b>102</b>	<b>358</b>	<b>73</b>	<b>657</b>
Acceso a la Universidad	-	-	-	-	127
Máster	-	-	-	-	22
<b>TOTAL</b>	<b>124</b>	<b>102</b>	<b>358</b>	<b>73</b>	<b>806</b>

Además, el Grupo también presta ayudas de estudios para hijos de empleados. En 2011, la Comisión Mixta de las Fundaciones César Rodríguez y Ramón Areces ha concedido 2.533 ayudas por valor de 2,23 millones de euros, destinados tanto a Formación Profesional y Bachillerato como a estudios universitarios.



## Los proveedores

Para el Grupo El Corte Inglés la satisfacción de los clientes se inicia con una buena elección de los proveedores, con quienes se mantiene una relación de colaboración y confianza mutua. Esta vinculación nos permite avanzar en protocolos que garantizan la calidad, la seguridad y el cumplimiento normativo de los productos y servicios que comercializamos, según nuestra política de RSE. Al mismo tiempo, sienta las bases para asegurar una serie de compromisos sociales que todos deben cumplir.

Requisito imprescindible en este sentido es la aceptación y asunción por parte de todos nuestros proveedores del compromiso ético que supone el Código de Conducta de BSCI (*Business Social Compliance Initiative*), organización a la que pertenece el Grupo El Corte Inglés desde marzo de 2008. El número de proveedores que al cierre del ejercicio 2011 ha asumido este Código se refleja en el siguiente cuadro:

	2011	2010
España	24.778	23.464
Resto de la UE	4.329	4.011
Otros países	2.155	1.975
<b>TOTAL</b>	<b>31.262</b>	<b>29.450</b>



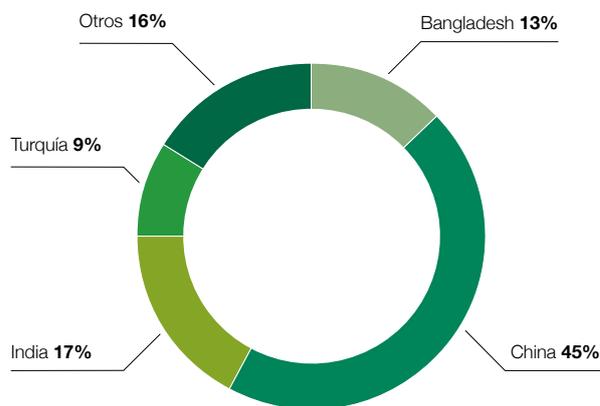
Como miembro de BSCI, El Corte Inglés se compromete a llevar a cabo un proceso de auditorías sociales a proveedores directos de países extracomunitarios, según una metodología que toma como referencia las convenciones fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo. En este sentido, el Grupo ha cumplido sus objetivos y compromisos de verificación de condiciones sociales y laborales.

**Colaboración con grupos de interés**

*Con el fin de compartir y analizar información con respecto a las condiciones sociales, laborales y medioambientales en su cadena de suministro, El Corte Inglés mantiene reuniones periódicas con un grupo de trabajo en el que están representadas organizaciones no gubernamentales, sindicales, y de consumidores.*

Los proveedores auditados proceden principalmente de Asia, sobre todo de China, India y Bangladesh, como refleja el siguiente gráfico:

**Proveedores auditados**  
POR PAÍSES



Las auditorías permiten un proceso de mejora continua del cumplimiento social de los proveedores de modo que, en un corto plazo, puedan cumplir con todos los requisitos del Código de Conducta. Para facilitar ese proceso, BSCI organiza seminarios formativos en los países suministradores y se invita a las empresas proveedoras a participar en los mismos.

## Acciones conjuntas en calidad y medio ambiente

En 2011 el Grupo ha puesto en marcha la revisión del documento sobre Cumplimiento y Aseguramiento de la Calidad que se distribuye a todos los proveedores, con el objetivo de incorporar de manera más concreta una serie de parámetros medioambientales. Dichos criterios se han basado en el módulo medioambiental de Global Social Compliance Programme, una iniciativa de The Consumer Goods Forum en la que participa El Corte Inglés.

Se trata por ahora de un nivel básico que exige al menos el cumplimiento de la legislación medioambiental de cada país, con una orientación de mejora continua.

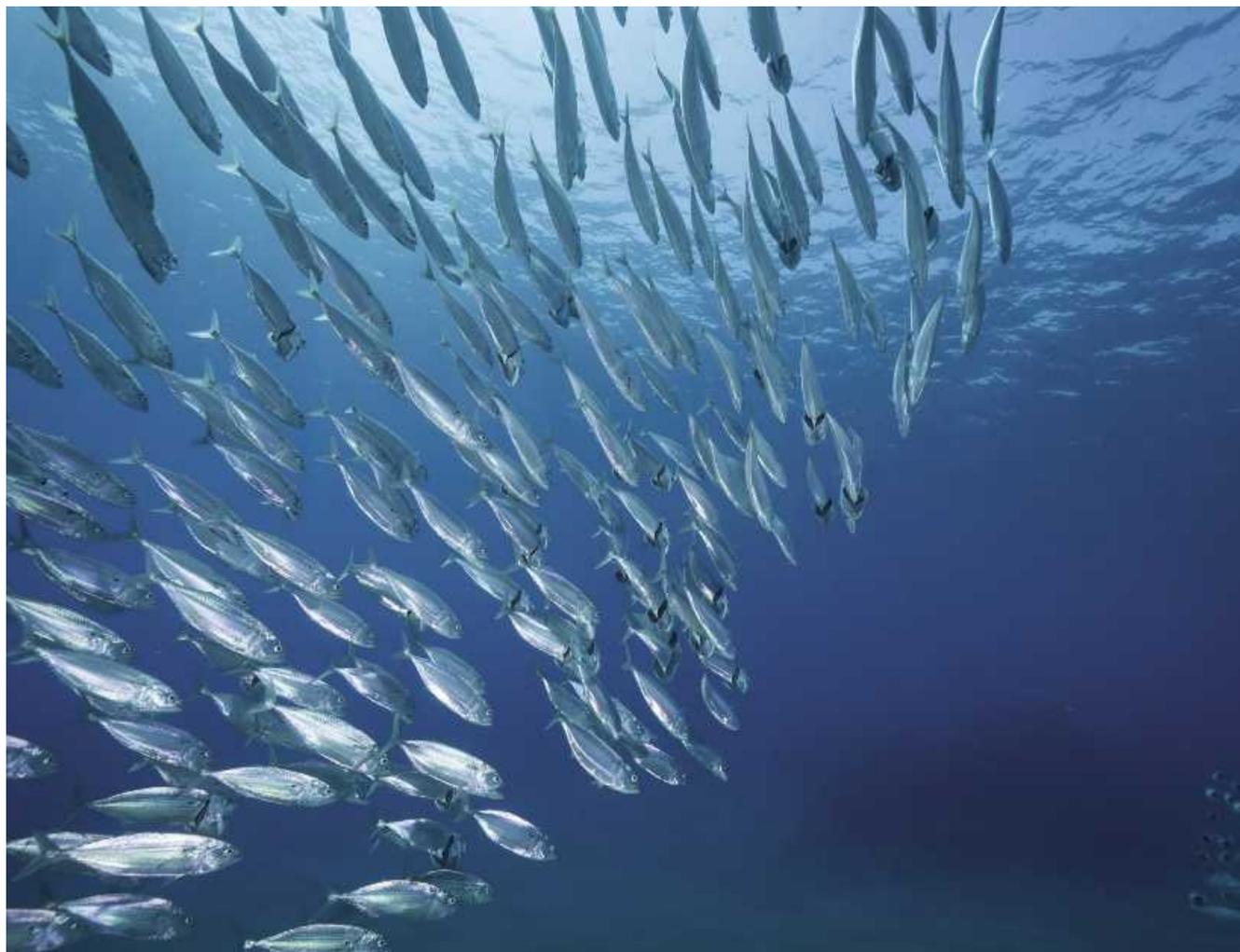
## Política de compra responsable de pesca

En el ejercicio 2011 se ha avanzado en la nueva política de compra responsable y sostenible de productos aprobada en diciembre de 2010. Con esta iniciativa, El Corte Inglés pretende contribuir a la sostenibilidad y pervivencia de las especies marinas al mismo tiempo que se garantiza la demanda futura del consumidor y la continuidad de todas las industrias relacionadas con la pesca.

Para ello se han llevado a cabo una serie de actuaciones en las que se ha contado con el apoyo de nuestros proveedores. Al cierre del ejercicio 2011, la práctica totalidad de nuestros suministradores de pescado congelado, conservas, y pescado fresco han suscrito un documento por el que aceptan nuestros mismos compromisos para la sostenibilidad de los productos pesqueros.

También se ha iniciado la comercialización de productos con Certificación de Pesca Sostenible de MSC (Marine Stewardship Council), con quien el Grupo ha establecido un amplio programa de colaboración. Esto ha permitido a El Corte Inglés ser el primer distribuidor español en ofrecer productos certificados con la etiqueta MSC.

El Corte Inglés pretende contribuir a la sostenibilidad y pervivencia de las especies marinas al mismo tiempo que se garantiza la demanda futura del consumidor y la continuidad de todas las industrias relacionadas con la pesca



Asimismo, se ha potenciado la acuicultura certificada con nuestra incorporación a GlobalG.A.P., el mayor programa mundial de certificación de la producción primaria. A día de hoy, el Grupo comercializa el 100% de su oferta de salmón fresco y el 50% de la trucha con esta certificación, que es garantía de buenas prácticas de cría.

Por último, hemos iniciado un proyecto piloto de trazabilidad de la pesca extractiva en colaboración con el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, y AECOC (Asociación Española de Codificación Comercial). Su objetivo es la puesta en marcha de mecanismos fiables que permitan la trazabilidad del pescado a lo largo de la cadena de suministro, desde el barco hasta el consumidor.

# Medio ambiente

Durante el ejercicio 2011, el Grupo El Corte Inglés ha dado continuidad a las medidas ambientales implantadas en pasados ejercicios y ha reforzado la formación interna con nuevos cursos sobre medio ambiente, lo que pone de manifiesto la importancia que esta materia tiene en la cultura de la empresa. Además, mantenemos una política de colaboración con diversas instituciones en el marco de la responsabilidad hacia el entorno.

## Consumo de recursos

El consumo responsable de los recursos constituye uno de los ejes fundamentales de nuestra política medioambiental. En este sentido, se han puesto en marcha nuevas medidas que han permitido reducir el número de envases y embalajes, al mismo tiempo que se fomenta la reutilización de materiales. Por ejemplo, en el caso de las bolsas de plástico, se han adoptado medidas como las siguientes:

- Las bolsas utilizadas en las áreas de alimentación se han adaptado a la Norma UNE 53942, lo que permite una mayor reutilización.
- Se ha implantado el cobro de dichas bolsas en las líneas de caja.

Estas decisiones han supuesto una reducción de aproximadamente el 60% de las bolsas de plástico utilizadas en estos entornos, lo que ha evitado más de 1.000 Tm de plástico, así como la no emisión de 294 Tm de CO<sub>2</sub>.



Durante el periodo 2008-2011, la emisión acumulada del Grupo se ha reducido más de un 24% en términos absolutos, y más de un 35% considerando el ratio de emisiones por m<sup>2</sup>



En cuanto a la reducción de consumo de papel impreso, en este último ejercicio se han ahorrado un total de 139 Tm de papel, lo que ha impedido la tala de 1.400 árboles así como la emisión de 350 Tm de CO<sub>2</sub>.

Respecto a la eficiencia energética, las medidas de control y la continuidad en la renovación tecnológica de sistemas (iluminación, climatización, frío comercial...) han permitido que el consumo energético se haya reducido un 1,47% respecto al ejercicio anterior, lo que supone un ahorro de 6.800 Tm de emisiones de CO<sub>2</sub> en este ejercicio.

Por último, con la implantación de la “Política de uso eficiente del agua” y del “Plan de gestión del agua” en los centros comerciales e hipermercados de la organización, se ha logrado una nueva reducción del consumo por metro cuadrado, concretamente del 2,4% respecto al año anterior. La reducción acumulada en los dos últimos años es del 10%.



## Emisiones

Intentamos minimizar cualquier tipo de emisión, directa o indirecta, de Gas de Efecto Invernadero (GEI), lo que nos lleva a realizar mediciones periódicas según los criterios del sistema normalizado internacional GHG Protocol. Durante el periodo 2008-2011, la emisión acumulada del Grupo se ha reducido más de un 24% en términos absolutos, y más de un 35% considerando el ratio de emisiones por m<sup>2</sup>.

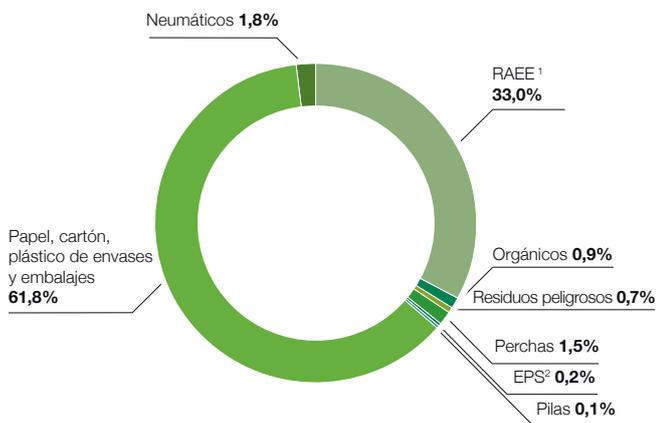
Esta significativa reducción se ha conseguido mediante:

- Estrictas medidas de control del consumo eléctrico.
- La adquisición de energía eléctrica certificada como procedente de fuentes renovables (un 16% del total anual).
- Mejoras en los procesos logísticos.
- La potenciación de la tecnología, que incluye aspectos como el uso de la videoconferencia como alternativa a los viajes empresariales.

## Residuos

La gestión y valorización de residuos es otro de los pilares sobre los que se asienta nuestra política medioambiental. En lo que se refiere a la segregación de residuos, el gráfico refleja aquellos que han recibido tratamientos especiales para aprovechar al máximo sus recursos.

### Residuos producidos EJERCICIO 2011



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

(2) EPS: Embalajes de poliestireno expandido.

Este tipo de actuaciones se ha reforzado con la edición de una guía para la correcta gestión de toda clase de residuos que, de forma didáctica, indica cómo proceder según el tipo de residuo a tratar.

Durante el ejercicio se han implantado nuevos contenedores en las tiendas, en los que los clientes pueden depositar los pequeños aparatos eléctricos y electrónicos. Esta medida, junto a las campañas de sensibilización realizadas, han provocado un importante incremento de la cantidad de residuos recogidos que, posteriormente, se gestionan de la manera más adecuada para el medio ambiente.

En esta línea, se pretende instalar multicontenedores para que los clientes puedan depositar, de forma cómoda y en un único punto, todo tipo de pequeños electrodomésticos, pilas, lámparas y fluorescentes.



# Integración en la sociedad

La integración en la sociedad y la vinculación con el entorno ha sido y es uno de los objetivos del Grupo El Corte Inglés en sus más de setenta años de historia. Esto nos lleva a formar parte de la vida empresarial y social de aquellas localidades donde abrimos un centro comercial, pero también nos lleva a implicarnos en escenarios más amplios de carácter nacional o internacional. Mantenemos relación con las grandes agrupaciones empresariales, pero también con las asociaciones de comerciantes locales, con los representantes de los consumidores, con las organizaciones no gubernamentales, los medios de comunicación y todo tipo de corporaciones y colectivos sociales.

## Colaboración institucional

Dentro del marco de colaboración que el Grupo mantiene con diversas instituciones, tanto públicas como privadas, hay que destacar los trabajos realizados en el Consejo Estatal de Responsabilidad Social Empresarial (CERSE) donde El Corte Inglés forma parte de la representación empresarial. En este sentido, hemos participado en todos los aspectos tratados en dicho organismo, desde el estudio de la influencia de los enfoques y prácticas responsables para mejorar la competitividad de las empresas y su desarrollo, hasta la transparencia en la información, la promoción del consumo responsable, y los avances en educación y diversidad.

En el mismo sentido, y a través de la Comisión de RSE de la CEOE, El Corte Inglés ha seguido los trabajos previos y la aprobación final por la Comisión Europea de la Estrategia Renovada de la UE para 2011-2014 sobre RSE. Esta comunicación supone un paso trascendente en la política comunitaria dirigido a promover una mayor implicación de las empresas y los gobiernos en la aplicación de prácticas de responsabilidad social en todos los países de la UE.

También es destacable la actuación realizada por la Asociación Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas que durante 2011 intensificó la organización de mesas y seminarios para promover un intercambio activo de información y experiencias, actos en los que el Grupo El Corte Inglés participa con regularidad.

Además, formamos parte de diversas patronales sectoriales y de asociaciones regionales y locales tanto en España como en Portugal, y estamos integrados en distintos organismos internacionales

como la Association Commerciale Internationale, con sede en París, que persigue el intercambio de información comercial de carácter no competitivo, y la International Association of Department Stores (IADS). Precisamente en octubre de 2011, El Corte Inglés fue anfitrión y organizador de la 52 edición de la asamblea general de IADS que reunió en Madrid a los presidentes y máximos directivos de cadenas de grandes almacenes para analizar las nuevas prácticas que van apareciendo en el mundo de la distribución y debatir sobre los retos de futuro.



*Presentación de El Románico en Portugal, en colaboración con la Fundación Santa María la Real.*

Mantenemos relación con las grandes agrupaciones empresariales, pero también con las asociaciones de comerciantes locales, con los representantes de los consumidores, con las organizaciones no gubernamentales, los medios de comunicación y todo tipo de corporaciones y colectivos sociales

## Vinculación con la sociedad

Nuestra política de cercanía y vinculación con la sociedad se canaliza a través de la colaboración que mantenemos con diferentes tipos de entidades, asociaciones, ONG e instituciones públicas y privadas de muy distinta índole. En este sentido, El Corte Inglés propicia un gran número de acciones locales, regionales, nacionales e internacionales, que permiten desarrollar programas y actividades de carácter social, cultural, educativo y deportivo.

### ▶ Actividades en los centros

*A las acciones que promueve o respalda El Corte Inglés y que se desarrollan fuera de los centros comerciales, hay que añadir aquellas que tienen lugar en nuestros establecimientos. Una gran parte de estas actividades están canalizadas a través de Ámbito Cultural de El Corte Inglés que ha seguido con su política de promoción de la cultura con más de 2.000 actos desarrollados en los más de veinte centros donde cuenta con salas específicas. En 2011 se incorporaron dos nuevas, las de Tarragona y Marineda (A Coruña). Además de presentaciones de libros, se organizan cursos de edición, filosofía, conferencias temáticas y actividades relacionadas con la música, el arte y otras manifestaciones artísticas.*

XIX Trofeo Ciclista "Las Fuentes" Zaragoza.



## Nuestras líneas de actuación

### Acción social

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

### Ayuda al desarrollo

Conscientes de la importancia que tiene la ayuda al desarrollo, hemos propiciado diversos proyectos con organizaciones con quienes mantenemos relación desde hace tiempo. También colaboramos con organizaciones que desarrollan gran parte de su trabajo en países desfavorecidos, como Save the Children o Unicef.

### Cultura

El Corte Inglés ha fomentado siempre las iniciativas relacionadas con la cultura, desde la literatura, la fotografía, el teatro, o el cine, al arte o la historia. Todas ellas integran nuestra gama de actividades culturales tanto dentro como fuera de nuestros centros comerciales. En este contexto destacan todas las actividades que realiza Ámbito Cultural de El Corte Inglés, así como los premios que promueve, entre ellos el Premio Primavera de Novela.

### Educación

La educación y la enseñanza constituyen las bases del desarrollo futuro de una sociedad y un país, por eso creemos que deben ser objeto de atención prioritaria y mantenida a lo largo del tiempo. Gran parte de nuestras acciones están dirigidas a la educación y formación de niños y adultos.

### Deporte

El deporte propicia la relación y la convivencia entre las personas, el trabajo en equipo y otra serie de valores como el espíritu de superación personal, por eso buena parte de nuestras actividades están orientadas hacia el deporte. Patrocinamos los programas ADO y ADOP para deportistas olímpicos y paralímpicos, pero también organizamos actividades de base en numerosas disciplinas como las carreras populares y otras de diversa índole.

# Fundación Ramón Areces

La Fundación Ramón Areces, constituida en 1976 por el entonces presidente de El Corte Inglés, D. Ramón Areces, es una institución privada, independiente y sin ánimo de lucro que sigue vinculada a la empresa. Desde su creación, está orientada al mecenazgo científico mediante el fomento de la investigación, la contribución a la generación de capital humano y la difusión del conocimiento en tres ámbitos concretos: Ciencias de la Vida y de la Materia, Ciencias Sociales y Humanidades.

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

En 2011, la Fundación ha financiado 72 proyectos de investigación: 41 en el ámbito de las Ciencias de la Vida y de la Materia, en los que trabajan 246 científicos, y 31 en el de Ciencias Sociales. Los recursos económicos destinados a estas investigaciones superan los 5,4 millones de euros. Los proyectos financiados en ambas áreas han generado 200 artículos en prestigiosas publicaciones científicas; 110 comunicaciones a congresos nacionales y 231 comunicaciones a congresos internacionales.

En el ámbito de la formación de capital humano, un total de 118 becarios han disfrutado de una beca de ampliación de estudios en el extranjero, con un importe de 2,8 millones de euros.

Asimismo se encuadra en el contexto de la formación la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial (Universidad de Oviedo) que en su tercer año de actividad se ha convertido en un referente académico de calidad orientado al análisis, la investigación, la docencia y la formación de los jóvenes profesionales en un área económica tan relevante como la distribución comercial. En marzo de 2011 concluyó la Segunda Edición del Curso Experto en Dirección de Empresas de Distribución Comercial en la que participaron 25 alumnos. Al término del curso, la mayor parte de ellos realizaron prácticas

en diferentes departamentos de las empresas del Grupo El Corte Inglés en Asturias y Madrid y en otras empresas de distribución.

En el ámbito de la difusión del conocimiento se organizaron 82 actividades en las que participaron 621 expertos, todos ellos ponentes de primer nivel, incluidos un elevado número de premios Nobel, premios Príncipe de Asturias, Medallas Field (conocidos como el Nobel de las matemáticas), etc. Estos actos, a los que asistieron unas 12.000 personas, constituyen un foro de encuentro de especialistas en las diferentes áreas de las ciencias y las humanidades, y tienen como objetivo acercar la cultura y el conocimiento científico a la sociedad.

La Fundación ha reforzado los contenidos de la web y del Canal de Televisión por Internet, que sumaron una audiencia conjunta de 200.000 usuarios únicos procedentes de todo el mundo; ha abierto perfiles en las principales redes sociales, y se han editado nuevos números de la revista *Ciencias y Humanidades* que cuenta con una gran acogida.

Además de su propia actividad, la Fundación desarrolla una decidida labor de cooperación institucional con destacadas organizaciones preocupadas por el desarrollo, la innovación y la recuperación del patrimonio artístico y cultural. Sirva como ejemplo los acuerdos de colaboración firmados con la London School of Economics, la Fundación MD Anderson, Pfizer o Esade. Especial mención merece la colaboración con la Fundación Santa María la Real a la que la Fundación Ramón Areces presta su apoyo desde hace años para la realización de la Enciclopedia del Románico. En 2011 ambas instituciones, junto con El Corte Inglés, colaboraron en la edición de *El Románico en Portugal*, primera obra de estas características, y se realizó una exposición fotográfica itinerante que recorrió Lisboa, Oporto, Sevilla, Badajoz y Vigo.

La Fundación está orientada al mecenazgo científico mediante el fomento de la investigación, la contribución a la generación de capital humano y la difusión del conocimiento en tres ámbitos: Ciencias de la Vida y de la Materia, Ciencias Sociales y Humanidades



*El XIX Ciclo de Música de Cámara correspondiente al año 2011 se celebró bajo el título "Dos siglos de Música de Cámara".*





El Corte Inglés

© 2012 El Corte Inglés, S.A.  
Hermosilla, 112. 28009 Madrid  
[www.elcorteingles.es](http://www.elcorteingles.es)