



El Corte Inglés

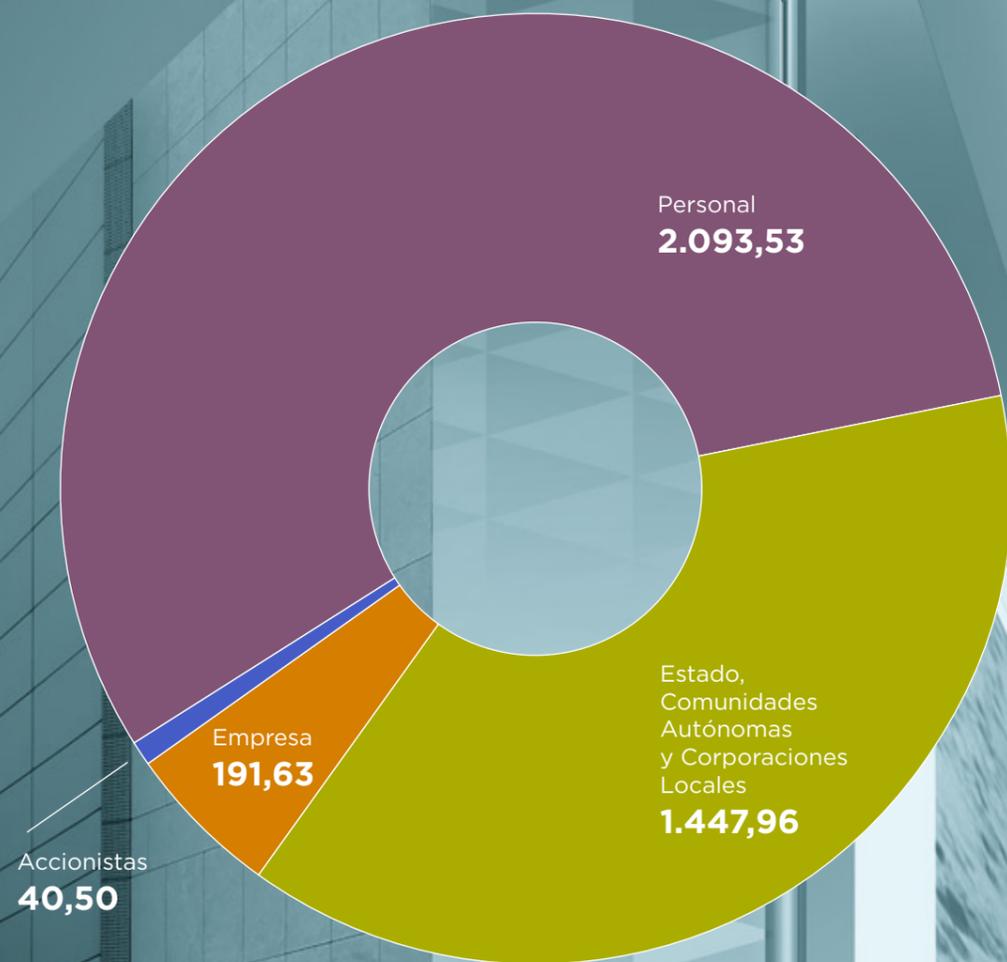


INFORME DE ACTIVIDAD 2016

ÍNDICE

Cifras más significativas del Grupo consolidado	5		
Consejo de Administración	7		
Informe del Presidente	8		
Informe de actividad de El Corte Inglés y su grupo empresarial	12		
Información económica	13	Responsabilidad Social Empresarial	39
Análisis económico	14	Dimensión comercial	42
Cifra de negocios	14	Nuestro modelo de negocio	42
Beneficio consolidado	15	Nuestros clientes	42
Inversiones	16	Nuestros productos y servicios	45
Otra información destacada	17	Nuestros proveedores	51
Comentario por líneas de negocio	18	Dimensión ambiental	58
Grandes almacenes: El Corte Inglés	18	Materiales	58
Hipermercados: Hipercor	26	Energía	59
Tiendas de proximidad: Supercor	27	Agua	60
Sfera	28	Emisiones	61
Bricolaje: Bricor	30	Residuos	61
Óptica 2000	31	Dimensión social	63
Grupo Viajes El Corte Inglés	32	Nuestro equipo	63
Grupo Informática El Corte Inglés	34	La comunidad y el entorno	70
Grupo de seguros: Centro de Seguros y Servicios, y Seguros El Corte Inglés	36		

**Aportación a la
Renta Nacional 2016**
millones de euros



**Cifras más
significativas
del Grupo
consolidado**

	Ejercicio 2016	Ejercicio 2015
Capital social	486,86	486,86
Fondos propios	9.917,42	9.894,00
Cifra de negocios	15.504,57	15.219,84
Beneficio bruto de explotación (EBITDA)	980,93	912,51
Beneficio de explotación (EBIT)	319,45	299,13
Beneficio neto consolidado	161,86	158,13
Cash flow	681,01	680,52
Inversiones	368,00	355,38
Aportación a la Renta Nacional	3.773,62	3.754,60

Importes en millones de euros



Consejo de Administración

Presidente

D. Dimas Gimeno Álvarez

Consejeros

D^a. Marta Álvarez Guil

D^a. Cristina Álvarez Guil

D. Leopoldo del Nogal Ropero

D. Florencio Lasaga Munárriz

D. Carlos Martínez Echavarría

D. Jesús Nuño de la Rosa Coloma

D. Manuel Pizarro Moreno

D. Shahzad Shahbaz

Cartera Mancor, S.L.

representada por D^a. Paloma García Peña

Secretario

D. Antonio Hernández-Gil
Álvarez-Cienfuegos

Informe del Presidente



Señoras y señores accionistas:

Un año más tengo la satisfacción de presentar las Cuentas Anuales y los resultados de gestión del ejercicio 2016, cerrado el pasado 28 de febrero. En nombre del Consejo de Administración les doy la bienvenida a esta Junta y, como siempre, agradezco su asistencia en su doble condición de trabajadores y accionistas de El Corte Inglés.

Agradezco también el esfuerzo de nuestros empleados, a los que traslado mi reconocimiento y el de todo el Consejo, porque han sabido responder con diligencia y eficacia a los nuevos y apasionantes retos que plantea la actividad comercial. Unos desafíos derivados de la fortaleza de la competencia, de la continua aparición de nuevos operadores, formatos y sistemas de venta, y de los gustos y necesidades del cliente, que exigen acomodarse cada día a las nuevas realidades del mercado y de los consumidores.

Antes de nada, quisiera destacar tres aspectos relevantes de nuestra actividad a lo largo del año. El primero es que seguimos creciendo y hemos superado la barrera de los 15.500 millones de euros en cifra de negocios, lo que representa un aumento del 2% respecto al año anterior. El segundo, que el ejercicio 2016 se ha cerrado con incremento de todas las variables fundamentales de la cuenta

de resultados. Y el tercero es que estamos en condiciones de afirmar que 2016 ha sido el tercer año de la recuperación; una mejora que se refleja tanto en el crecimiento de la economía española como en el protagonismo de El Corte Inglés en el complejo marco de la distribución.

A continuación, paso a confirmarles esta percepción optimista de nuestra evolución:

- El Ebitda aumentó un 7,5%, hasta los 980,93 millones.
- El Ebit alcanzó los 319,45 millones, un 6,8% más que el ejercicio precedente.
- El beneficio neto consolidado ha sido de 161,86 millones, un 2,4% superior al de 2015.
- También experimentamos un crecimiento del *cash-flow*, que se situó en 681 millones y de las inversiones, que alcanzaron los 368 millones.

Si hacemos el examen del ejercicio por líneas de negocio, podemos comprobar importantes mejoras en relación a los años precedentes. El formato más relevante sigue siendo el de grandes almacenes, que aumentó su cifra de negocios en un 2,8%, hasta alcanzar los 9.716,72 millones de euros, con un Ebitda de 652,20 millones, un 20,6% más que en el ejercicio anterior.

Hipercor se ha visto afectada por la reordenación de espacios comerciales y la minoración de la superficie de venta previa a la fusión con El Corte Inglés, que se somete a la aprobación de esta Junta, lo que explica la reducción de la cifra de negocios y del Ebitda, hasta los 1.322,14 millones y los 71,94 millones, respectivamente.

Viajes El Corte Inglés superó los 2.396 millones de

euros en ventas. Su actividad y rendimiento se han visto influenciados por la desfavorable evolución de los tipos de cambio en América Latina, y la complejidad del contexto internacional. Pese a todo, el Ebitda se situó en 58,89 millones de euros.

El resto de las empresas ha tenido, en general, una evolución muy positiva, como se puede ver en las siguientes cifras:

- La cadena de supermercados Supercor se ha consolidado como el referente del Grupo en la compra de proximidad, con ventas superiores a los 613 millones de euros (un 1,9% más) y un Ebitda de 27,58 millones (un 30,3% más). En esta línea de negocio, me gustaría recordar el reciente acuerdo alcanzado con Repsol para convertirnos en la central de compras de las 3.500 estaciones de servicio, aproximadamente, que forman parte del grupo petrolero.
- La cadena de moda y complementos Sfera ha continuado su expansión internacional, y ha alcanzado unas ventas por importe de 247,61 millones de euros (un 7,3% más que el ejercicio anterior) y un Ebitda de 32,06 millones.
- Bricor ha experimentado una mejora tanto en su cifra de negocios, con un crecimiento del 1,7% hasta los 110,59 millones de euros, como en su Ebitda, que ha aumentado a un ritmo del 26%.
- Óptica 2000 ha mantenido unas ventas de más de 81,68 millones de euros, con un Ebitda de 10,73 millones, un 2,3% superior.
- Informática El Corte Inglés ha mejorado su cifra de negocios hasta superar los 736 millones de euros, con un Ebitda de 30,98 millones. En este periodo, la empresa ha conseguido un récord de contratación, que aflorará en un futuro próximo.

· Finalmente, el Grupo de Seguros registró un aumento en su cifra de negocios de un 44,2% hasta los 273,73 millones de euros, y un Ebitda de 57,61 millones, un 4,2% superior. El Grupo consolida su posición de liderazgo en correduría de seguros.

Estos son, señoras y señores accionistas, los datos y cifras del ejercicio. Este es el resultado del esfuerzo de todos los que trabajamos en el Grupo El Corte Inglés.

Hemos buscado la renovación constante de la oferta con la incorporación de nuevas marcas y colecciones. El Corte Inglés se mantiene a la vanguardia de las últimas tendencias, lo que exige la actualización permanente de nuestras propuestas comerciales.

Hemos creado espacios singulares, exclusivos y selectos: en el ámbito de la moda, Serrano 47 Woman, en Madrid, inaugurado en este ejercicio con presencia de medio millar de firmas nacionales e internacionales; en el campo de la gastronomía, los restaurantes Puertalsol y Las Nubes de Castellana, en Madrid, y La Plaça Gastro Mercat en el centro comercial de Plaça de Catalunya, en Barcelona. Todos ellos, distinguidos por la calidad de su cocina y singulares vistas panorámicas de la ciudad. Y en el área de la alimentación hemos creado los espacios específicos denominados La Biosfera, dedicados a productos ecológicos que cuentan cada día con una mayor demanda y aceptación.

Hemos consolidado la marca El Corte Inglés en el área de hogar y decoración, que cuenta con diversas colecciones para distintos perfiles de público. La propuesta abarca mobiliario, textil, menaje y artículos de decoración a precios competitivos y diseños muy actuales.

Hemos trabajado y seguimos trabajando intensamente en reordenar los hipermercados para potenciar el área de alimentación y evitar

redundancias con las ofertas de El Corte Inglés. Buscamos con ello aprovechar sinergias y optimizar recursos y, sobre todo, aumentar la rentabilidad por metro cuadrado disponible.

Hemos avanzado en la internacionalización de la cadena de moda y complementos Sfera. Ya está presente, además de en España, en México, Portugal, Grecia, Perú, Chile, Arabia Saudí, Emiratos Árabes y Filipinas. Merecen especial mención la presencia en México, con 39 tiendas, y los acuerdos de *shop in shop* alcanzados con las cadenas de grandes almacenes Manor en Suiza y Karstadt en Alemania.

Hemos seguido buscando al cliente turista con una doble política: por una parte, la inversión en la promoción de España como destino cultural y de compras, con especial apertura al mercado asiático; y en segundo lugar, la atención esmerada a los turistas que llegan a nuestras tiendas.

Seguimos concentrados en mejorar nuestra oferta comercial y de servicios; en seguir haciendo de El Corte Inglés lo que siempre ha sido, un lugar de compras atractivo y de plena satisfacción para el cliente; en optimizar los procesos internos y los recursos; en dedicar importantes inversiones a la innovación y las nuevas tecnologías, y en avanzar en la fundamental transformación digital del Grupo.

Con el fin de acelerar esa transformación con éxito, hemos firmado con el Banco Europeo de Inversiones un acuerdo de financiación por importe de 116 millones de euros, que sumados a nuestra propia inversión nos permitirá mejorar la infraestructura informática de la compañía, agilizar la cadena logística y, sobre todo, potenciar la venta omnicanal.

Insisto, como el año pasado, en este último concepto: omnicanalidad. Este sigue siendo nuestro gran desafío, tal como se plantea la realidad del sector

de la distribución, no hay otro reto más sugestivo ni más urgente que enlazar la tienda tradicional con los nuevos canales electrónicos, es decir, integrar las tiendas físicas y el mundo *online*.

Nuestro canal de comercio electrónico, *www.elcorteingles.es*, ofrece casi un millón y medio de referencias, y en 2016 ha alcanzado los 8,5 millones de clientes registrados. Hemos, en definitiva, aumentado nuestro negocio *online* a un ritmo que duplica el crecimiento del mercado español, con un incremento del 60% en número de pedidos, del 40% en facturación y del 25% en tráfico a la web.

El comercio electrónico ha dejado de ser el futuro. Es ya el presente y lo encaramos con determinación, energía y con una ambición: llevar al mundo *online* los mismos principios de surtido, especialización, calidad, servicio y garantía que han distinguido a El Corte Inglés a lo largo de nuestra historia.

Señoras y señores accionistas:

Las cuentas que hoy se someten a su consideración, y cuya aprobación solicito, son el resultado del esfuerzo de todos nosotros como accionistas y trabajadores; de nuestros empleados y colaboradores; de la aportación de nuestros proveedores; de la capacidad de respuesta de cada uno de los negocios del Grupo; de la dirección de la compañía en todos los niveles, en los servicios centrales, en cada centro y en cada tienda, y de un Consejo de Administración que ha sabido inspirar, autorizar y crear el clima adecuado para estimular nuestro crecimiento.

Los valores de El Corte Inglés siguen siendo los que nosotros y quienes nos han precedido hemos consolidado: una empresa en crecimiento constante, tanto en su patrimonio físico como en los intangibles de su capital humano y fidelidad de sus clientes.

Somos el primer empleador privado, con 91.690 personas en plantilla, a las que se suman los miles de profesionales que trabajan en firmas implantadas en nuestros centros comerciales; somos un motor de la economía nacional, que cuenta con más de 31.000 proveedores a los que cada año compramos por un importe superior a 12.600 millones de euros; una Compañía integrada en la sociedad, que promueve e impulsa numerosos eventos de interés colectivo, y un Grupo de Distribución que sigue aportando nuevas ofertas y fórmulas comerciales, de acuerdo con su tradición innovadora y vanguardista. Son motivos suficientes para sentir la satisfacción de pertenecer a El Corte Inglés.

La próxima semana comienza la segunda parte del ejercicio 2017. Se inicia con alentadoras perspectivas, tanto de ventas como de beneficios, según los datos ya contrastados del primer semestre.

Les animo a seguir trabajando para conseguirlo y les emplazo a mantener y potenciar la calidad del servicio y el esmero en la atención al cliente, gran patrimonio de la cultura empresarial de nuestro Grupo.

Finalmente, les requiero el máximo esfuerzo para ser leales a las señas de identidad que nos caracterizan con la adaptación constante a los cambios que impone la sociedad.

Y espero que dentro de un año podamos decir aquí, en este mismo lugar, que hemos cumplido nuestros compromisos con el cliente, con la sociedad y con nosotros mismos.

Muchas gracias.



Dimas Gimeno Álvarez

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

• INFORMACIÓN ECONÓMICA

• RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

INFORMACIÓN ECONÓMICA

Análisis económico	14
Comentario por líneas de negocio	18

Análisis económico

Cifra de negocios en el ejercicio 2016

15.504,57

millones de euros

Incremento

2%

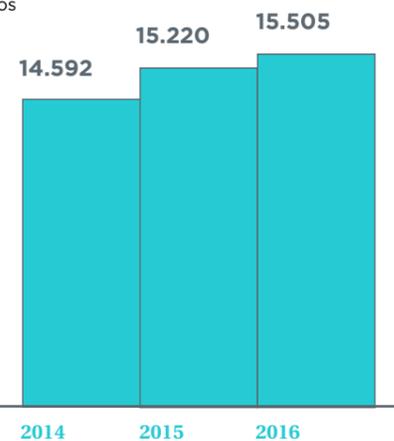
El Grupo El Corte Inglés ha alcanzado en el ejercicio 2016 la cifra de negocios y el beneficio consolidado, conforme a la aportación realizada por cada una de las principales líneas de actividad, que se detallan a continuación. Asimismo, se reflejan las inversiones realizadas durante el ejercicio y otras informaciones de interés.

Cifra de negocios

Formato	% Aportación	Ejercicio 2016	Ejercicio 2015	% Var. 16/15
Grandes almacenes: El Corte Inglés	62,7	9.716,72	9.449,64	2,8
Hipermercados: Hipercor	8,5	1.322,14	1.402,21	(5,7)
Tiendas de proximidad: Supercor	4,0	613,36	601,94	1,9
Sfera	1,6	247,61	230,84	7,3
Bricolaje: BriCor	0,7	110,59	108,78	1,7
Óptica 2000	0,5	81,68	80,91	0,9
Grupo Viajes El Corte Inglés	15,5	2.396,72	2.436,32	(1,6)
Grupo Informática El Corte Inglés	4,7	736,08	714,38	3,0
Grupo de seguros	1,8	273,73	189,77	44,2
Otras líneas de negocio	0,0	5,94	5,05	17,3
TOTAL	100,0	15.504,57	15.219,84	2,0

Importes en millones de euros.

Cifra de negocios
millones de euros



La cifra de negocios consolidada del ejercicio 2016 (cerrado el 28 de febrero de 2017) fue de 15.504,57 millones de euros, lo que supone un incremento del 2% respecto al ejercicio anterior.

El gran almacén sigue siendo el principal formato comercial del Grupo, con una cifra de negocios de 9.716,72 millones de euros.

En el gráfico adjunto se representa la evolución de la cifra de negocios del Grupo consolidado en los últimos tres años.

Beneficio consolidado en el ejercicio 2016

161,86

millones de euros

Incremento

2,4%

Beneficio consolidado

El resultado consolidado de las empresas del Grupo, incluido el de las sociedades integradas por el método de la participación, y sus respectivas líneas de negocio ha sido el siguiente:

Formato	% Aportación	Ejercicio 2016	Ejercicio 2015	% Var. 16/15
Grandes almacenes: El Corte Inglés	50,8	184,52	170,03	8,5
Hipermercados: Hipercor	0,3	1,07	0,02	>100
Tiendas de proximidad: Supercor	1,3	4,71	0,26	>100
Sfera	3,1	11,45	24,42	(53,1)
Bricolaje: BriCor	(1,6)	(5,90)	(8,67)	31,9
Óptica 2000	2,0	7,15	6,68	7,0
Grupo Viajes El Corte Inglés	8,6	31,16	38,12	(18,2)
Grupo Informática El Corte Inglés	3,3	12,16	14,27	(14,8)
Grupo de seguros	14,2	51,45	47,55	8,2
Financiera (Sociedad asociada)	9,0	32,77	26,10	25,6
Otras líneas de negocio	9,1	33,01	(0,36)	>100
Ajustes y eliminaciones de consolidación		(201,69)	(160,28)	(25,8)
Beneficio consolidado		161,86	158,13	2,4
Resultado atribuido a socios externos		(1,23)	(2,20)	44,4
BENEFICIO DEL EJERCICIO ATRIBUIDO A LA SOCIEDAD DOMINANTE		160,63	155,93	3,0

Importes en millones de euros

El beneficio neto consolidado del Grupo en el ejercicio 2016 (cerrado el 28 de febrero de 2017) ha sido de 161,86 millones de euros, lo que representa un incremento del 2,4% sobre el año anterior. El beneficio bruto de explotación (EBITDA) ha tenido un comportamiento positivo, lo que refleja la buena evolución que ha experimentado el negocio del Grupo El Corte Inglés, ya que se ha situado en 980,93 millones, un 7,5% más que el ejercicio precedente.

El Consejo de Administración de El Corte Inglés, S.A. propone a la Junta General de Accionistas abonar un dividendo de 50 millones de euros a distribuir proporcionalmente a cada acción con derecho a percibirlo.

Los fondos propios del Grupo consolidado, después de la distribución del resultado de El Corte Inglés, S.A., presentan la siguiente composición:

Concepto	Millones de euros
Capital	486.864
Reservas y otros	9.380.551
Total	9.867.415

Inversiones

Las inversiones realizadas por el Grupo en el ejercicio 2016 fueron de 368 millones de euros, con el desglose que se describe a continuación:

Concepto	Millones de euros
Inmovilizaciones materiales	255,79
Inmovilizaciones intangibles	104,16
Inmovilizaciones inmobiliarias	0,07
Inmovilizaciones financieras	7,98

Las inversiones en activos materiales han sido las siguientes:

Concepto	Millones de euros
Terrenos y construcciones	6,32
Maquinaria, instalaciones, utillaje y otros	29,24
Mobiliario	10,44
Equipos para procesos de información	12,07
Inmovilizado material en curso	197,72

En el capítulo de inversiones, destacan las reformas y acondicionamientos realizados en diversos centros comerciales con el fin de mantener los niveles de calidad y servicio que caracterizan al Grupo. En este sentido, hay que destacar las remodelaciones que se han llevado a cabo en los dos principales establecimientos de El Corte Inglés de Barcelona, tanto el de Plaça de Catalunya como el de Diagonal. También han sido relevantes las obras emprendidas en varios centros de Madrid, entre ellos el de Pozuelo de Alarcón y Preciados, así como las reformas acometidas en los grandes almacenes de Bilbao, Las Palmas, Málaga, Santander, Sevilla (Nervión) y Oviedo.

Una de las principales inversiones realizadas durante el ejercicio ha sido la del centro logístico de Valdemoro



Centro El Corte Inglés de Plaça de Catalunya, Barcelona

(Madrid) donde se ha implantado un nuevo clasificador para la plataforma destinada a comercio electrónico. En este sentido, hay que resaltar el esfuerzo inversor que se ha realizado en el entorno digital para mantener un posicionamiento pionero y competitivo.

Otra información destacada

Uno de los proyectos más destacados de los últimos meses es la fusión societaria entre El Corte Inglés e Hipercor, que se ha iniciado ya en el ejercicio 2017 y que previsiblemente concluirá a lo largo de este año fiscal. Esta fusión tiene como objetivo mejorar y complementar la oferta comercial de cara al cliente, al mismo tiempo que se aprovechan las sinergias entre ambos formatos comerciales (El Corte Inglés e Hipercor), tanto en el área de compras como en el de ventas.

Ello permite mejorar la implantación en la tienda y reordenar los espacios comerciales para que resulten más atractivos y confortables para los clientes. Esta reordenación de espacios, que ya se ha iniciado en algunos establecimientos, ha tenido impacto en las ventas de la cadena Hipercor que ha visto minorada la superficie de venta durante el periodo de acondicionamiento de los espacios comerciales.

La fusión entre ambas empresas no afecta a la plantilla de Hipercor ni de El Corte Inglés.

Por otra parte y durante el ejercicio 2016, el Grupo El Corte Inglés firmó un acuerdo con el Banco Europeo de Inversiones (BEI) de 116 millones de euros destinados a impulsar los procesos de I+D+i en los que se encuentra inmersa la compañía.

Entre los proyectos que se llevan a cabo destaca la nueva plataforma digital integrada de comercio *online* que permitirá potenciar la venta multicanal, a través de internet y del teléfono móvil, y crear sinergias eficientes con el negocio de tiendas físicas. Al mismo tiempo, este proyecto permite adecuar y optimizar sus procesos de abastecimiento y distribución para mejorar la gestión de costes y ser una empresa más competitiva.

El proyecto de transformación tecnológica, que está en pleno proceso de implementación, permitirá también reforzar toda la infraestructura informática de la compañía para facilitar una adaptación continua a las preferencias de los consumidores y una gestión ágil de la cadena logística.

Comentario por líneas de negocio

A continuación se expone un comentario sobre la evolución de las distintas líneas de negocio y formatos comerciales del Grupo durante el ejercicio 2016.

Grandes almacenes:

El Corte Inglés

Cifra de negocios en el ejercicio 2016

9.716,72
millones de euros

Ebitda en el ejercicio 2016

652,20 millones de euros



Centro El Corte Inglés de Sanchinarro, Madrid

El formato de grandes almacenes constituye la principal actividad dentro del Grupo con una aportación a la cifra de negocios del 62,7% y una cifra de negocios de 9.716,72 millones de euros, lo que supone un incremento del 2,8% sobre el año anterior. El Ebitda superó los 652 millones de euros.

La renovación y mejora permanente de la oferta comercial, con productos y servicios atractivos, innovadores y adaptados a las últimas exigencias del mercado, son las bases que sustentan el modelo de negocio de El Corte Inglés. Incorporamos novedades en todas las áreas de actuación: moda, decoración, la última vanguardia en tecnología o deportes, propuestas pioneras en alimentación y restauración, cultura y entretenimiento, etc. Ello, unido a los compromisos de calidad y garantía, permite satisfacer a clientes con diferentes gustos, intereses y posibilidades económicas.

Durante el ejercicio 2016 se ha reforzado la apuesta por la omnicanalidad con una mayor integración entre las tiendas físicas y el mundo *online*. El servicio de *Click&Express*, que permite la entrega en menos de dos horas o en la franja horaria que elija el cliente, se ha consolidado con notable éxito. A él se unen otros servicios como *Click&Collect* para la compra *online* y recogida en el centro elegido, y *Click&Car* para recoger el pedido del supermercado *online* en el aparcamiento del establecimiento seleccionado, que ponen de manifiesto la consecución de unas sinergias que seguiremos desarrollando y que nos permitirán competir mejor en un entorno cada vez más complejo, con numerosos canales entendiéndose unos con otros, que reconozcan al cliente y donde éste se sienta reconocido.



Destaca el impulso que El Corte Inglés ha dado al pago a través del móvil en sus centros comerciales, al mismo tiempo que, desde ese mismo dispositivo, se puede comprar en la tienda virtual para luego recoger el pedido en la tienda física.



Colección Mini Home



En este sentido, destaca el impulso que El Corte Inglés ha dado al pago a través del móvil en sus centros comerciales, al mismo tiempo que, desde ese mismo dispositivo, se puede comprar en la tienda virtual para luego recoger el pedido en la tienda física.

A ello hay que añadir una progresiva digitalización de los establecimientos que incorporan pantallas con información en tiempo real tanto de precios como de características del producto, vendedores con tabletas para facilitar una mejor información al cliente, catálogos en papel con realidad aumentada mediante el móvil...

La tecnología también se ha ampliado a los servicios que ofrece El Corte Inglés, como la progresiva incorporación del sistema de pago Vía-T en los aparcamientos, lo que permite acceder al parking sin necesidad de retirar el tique, y salir sin validar en el cajero.

En el ámbito de la moda, El Corte Inglés se mantiene a la vanguardia de las últimas tendencias, con la incorporación continua de nuevas marcas y colecciones, lo que supone una renovación constante de la propuesta comercial. Destaca la inauguración del nuevo espacio Serrano 47 Woman, en Madrid, dedicado específicamente a la moda femenina, con prestigiosas firmas nacionales e internacionales, algunas de ellas de venta exclusiva en El Corte Inglés. En conjunto, unas 500 marcas de moda, accesorios, perfumería y cosmética.

También se ha puesto en marcha TeenStore, un espacio multimarca con una oferta muy variada y competitiva para jóvenes adolescentes, que concentra marcas como Belle&Rebel, Miss Chips, Tarantela, Double Agent, Une Fille y Pepe Jeans.

En moda femenina, ya en el ejercicio 2017, se ha lanzado una nueva línea de baño *premium* bajo la marca propia Énfasis Black, con diseños y tejidos de alta calidad.

En el área del hogar y la decoración, se ha consolidado la marca propia *El Corte Inglés*, que se lanzó el ejercicio anterior con diversas colecciones que permiten adaptarse a los diferentes perfiles de público:



Colección Hogar de El Corte Inglés

young&trendy, contemporáneo y neoclásico. Se trata de una propuesta que abarca desde mobiliario a textil, pasando por menaje, accesorios y artículos de decoración, todo ello a precios muy competitivos y con diseños innovadores y actuales. Dentro del ámbito de la decoración, se ha consolidado el área infantil que bajo el sello Mini Home propone colecciones textiles y de mobiliario pensadas para los más pequeños.

En el ámbito de la gastronomía y la restauración, se ha continuado el desarrollo de aquellos proyectos novedosos que gozan de buena acogida por parte de los clientes, al mismo tiempo que se han lanzado nuevas propuestas de restauración en espacios singulares. En este sentido, cabe destacar la inauguración del restaurante Puertalsol, en pleno corazón de Madrid, ubicado en la última planta de El Corte Inglés de Puerta del Sol 10, con gastronomía típica de la región y unas vistas únicas a la céntrica plaza de la capital.

Asimismo, es relevante el restaurante Las Nubes de Castellana, también en Madrid, decorado por el diseñador Pascua Ortega y que ofrece una carta muy cuidada y unas vistas extraordinarias. Con un estilo diferente pero igualmente novedoso destaca La Plaça Gastro Mercat que se ha inaugurado en el centro de Plaça de Catalunya, en Barcelona, con una propuesta gastronómica muy apetecible y variada en formato autoservicio, y una singular panorámica sobre la ciudad.

En el área de alimentación, donde la calidad y la variedad de productos son las señas de identidad, se ha trabajado para reforzar la presencia de alimentos biológicos y crear unos espacios específicos



Restaurante Las Nubes de El Corte Inglés de Castellana, Madrid

denominados *La Biosfera*. Con este nuevo formato, El Corte Inglés, pionero en el negocio de los productos ecológicos, reúne en un entorno diferenciado todo tipo de productos biológicos y orgánicos, entre ellos frescos, lácteos, conservas, aceites, mermeladas, caldos, alimentación infantil y de higiene.

La apuesta por la alimentación saludable se ha traducido también en un acuerdo con la cooperativa Coren para que todos los huevos que se sirvan en los restaurantes y cafeterías del Grupo procedan de gallinas criadas al modo tradicional y con salida libre al campo.

Por otra parte, El Corte Inglés ha empezado a comercializar en el Reino Unido productos de alimentación a través de una conocida cadena de supermercados británica. Se trata de productos de alta calidad que representan la gastronomía española.

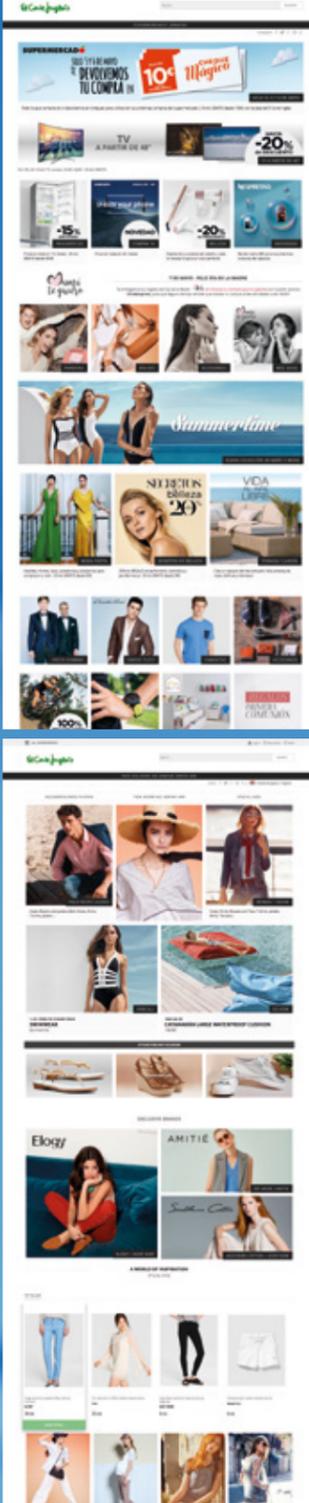
Respecto a la actividad promocional desarrollada durante 2016, se han llevado a cabo diferentes acciones que se ajustan a las nuevas estrategias comerciales y de precio, con el objetivo de ayudar al cliente con productos de gran calidad a precios muy competitivos.

En cuanto a la publicidad, El Corte Inglés conecta con la sociedad a través de la comunicación que realiza tanto con las campañas habituales de Rebajas, Primavera, Otoño, Navidad, etc., como con el lanzamiento de las nuevas colecciones de sus marcas propias.



Un año de celebración: 75 aniversario de El Corte Inglés

El ejercicio 2016 ha sido el año de la celebración y conmemoración de nuestro 75 aniversario. Mediante una serie de actos e iniciativas de distinta índole, hemos querido rendir homenaje a todos los clientes, empleados y proveedores que nos han acompañado a lo largo de estos años.



Comercio electrónico

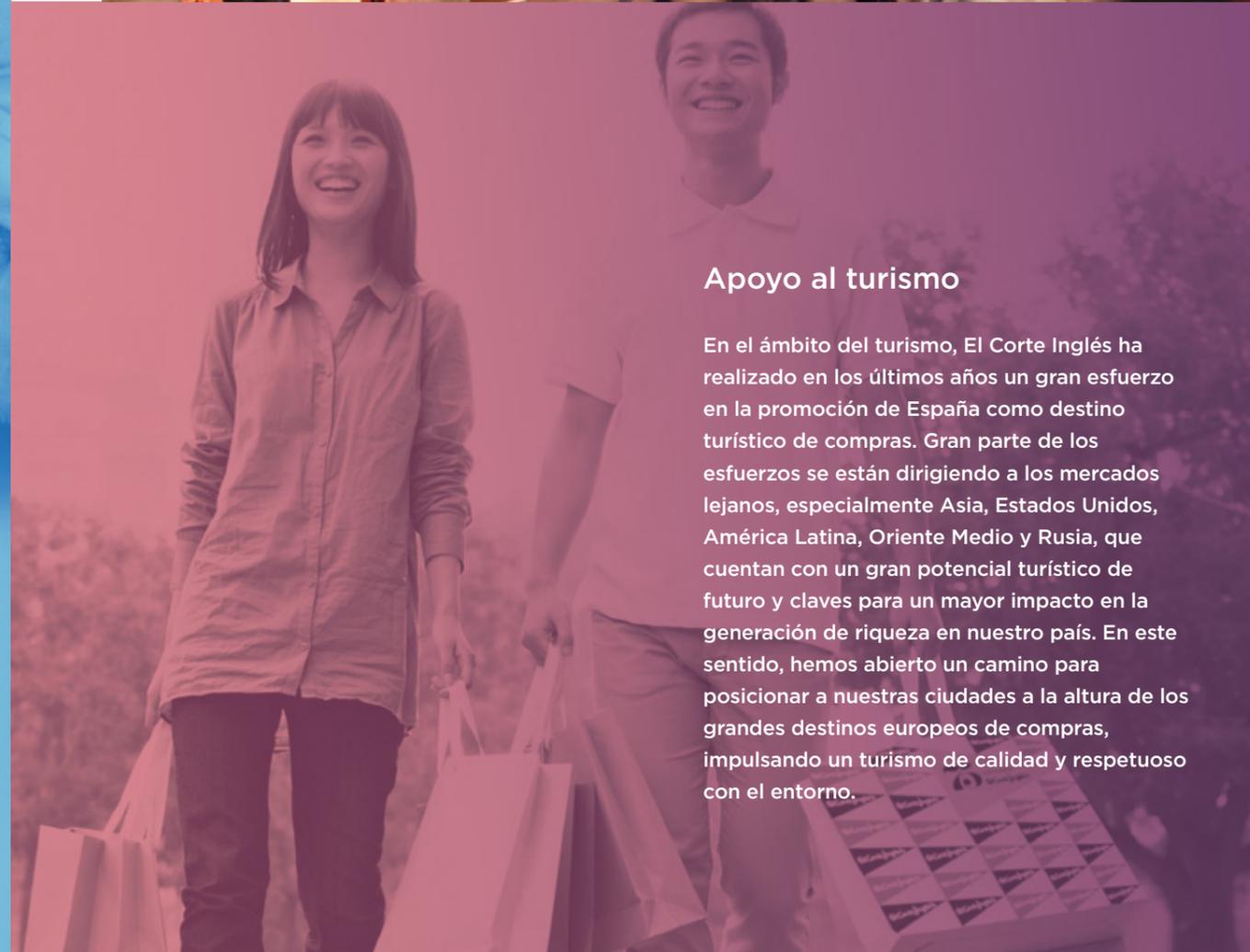
El Corte Inglés cuenta con un fuerte posicionamiento en comercio electrónico, un canal en el que ha sido pionero y que forma parte de su estrategia de omnicanalidad. Durante 2016 el negocio *online* ha seguido aumentando a un ritmo que dobla el crecimiento del mercado español. En el ejercicio, se ha incrementado un 60% el número de pedidos, un 40% la facturación y un 25% el tráfico a la página web. Destaca el crecimiento del 20% en alimentación donde somos líderes en el canal *online*. Con casi 1,5 millones de referencias publicadas durante el ejercicio 2016, la web www.elcorteingles.es ha alcanzado los 8,5 millones de usuarios registrados.

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 casi 1,8 millones de seguidores; Twitter, Instagram, Google+, Pinterest o YouTube.



Apoyo al turismo

En el ámbito del turismo, El Corte Inglés ha realizado en los últimos años un gran esfuerzo en la promoción de España como destino turístico de compras. Gran parte de los esfuerzos se están dirigiendo a los mercados lejanos, especialmente Asia, Estados Unidos, América Latina, Oriente Medio y Rusia, que cuentan con un gran potencial turístico de futuro y claves para un mayor impacto en la generación de riqueza en nuestro país. En este sentido, hemos abierto un camino para posicionar a nuestras ciudades a la altura de los grandes destinos europeos de compras, impulsando un turismo de calidad y respetuoso con el entorno.



■ **Grandes almacenes**

El Corte Inglés 92 centros en España
2 en Portugal

ESPAÑA

- Andalucía**
Algeciras, Cádiz, Córdoba (2), El Ejido, Granada (2), Huelva, Jaén, Jerez de la Frontera, Linares, Málaga (2), Marbella (2), Mijas, San Fernando, San Juan de Aznalfarache y Sevilla (3)
- Aragón**
Zaragoza (4)
- Asturias**
Avilés, Gijón y Oviedo (2)
- Baleares**
Palma de Mallorca (2)
- Canarias**
Las Palmas de Gran Canaria (2) y Santa Cruz de Tenerife
- Cantabria**
Santander
- Castilla-La Mancha**
Albacete, Guadalajara y Talavera de la Reina
- Castilla y León**
Burgos (2), León, Salamanca y Valladolid (3)
- Cataluña**
Barcelona (5), Cornellà, Girona, Sabadell y Tarragona
- Comunidad Valenciana**
Alicante, Castellón de la Plana, Elche y Valencia (3)
- Extremadura**
Badajoz
- Galicia**
A Coruña (2), Santiago de Compostela y Vigo
- Madrid**
Alcorcón, Arroyomolinos, Getafe, Leganés (2), Madrid (13) y Pozuelo de Alarcón
- Murcia**
Cartagena y Murcia (2)
- Navarra**
Pamplona
- País Vasco**
Bilbao (2), Eibar y Vitoria

PORTUGAL

Lisboa y Vilanova de Gaia-Oporto

■ **Hipermercados**

Hipercor 43 centros en España

- Andalucía**
Algeciras, Cádiz, Córdoba, El Ejido, Granada, Huelva, Jerez de la Frontera, Málaga, Marbella, Mijas, San Juan de Aznalfarache y Sevilla (2)
- Aragón**
Zaragoza (2)
- Asturias**
Avilés, Gijón y Oviedo
- Canarias**
Las Palmas de Gran Canaria
- Cantabria**
Santander
- Castilla-La Mancha**
Guadalajara
- Castilla y León**
Burgos y Valladolid
- Cataluña**
Barcelona, Cornellà y Girona
- Comunidad Valenciana**
Elche y Valencia
- Extremadura**
Badajoz
- Galicia**
A Coruña y Santiago de Compostela
- Madrid**
Alcalá de Henares, Alcorcón, Arroyomolinos, Getafe, Leganés, Madrid (4) y Pozuelo de Alarcón
- Murcia**
Murcia
- Navarra**
Pamplona

■ **Tiendas de proximidad**

Supercor 174 tiendas en España
6 en Portugal

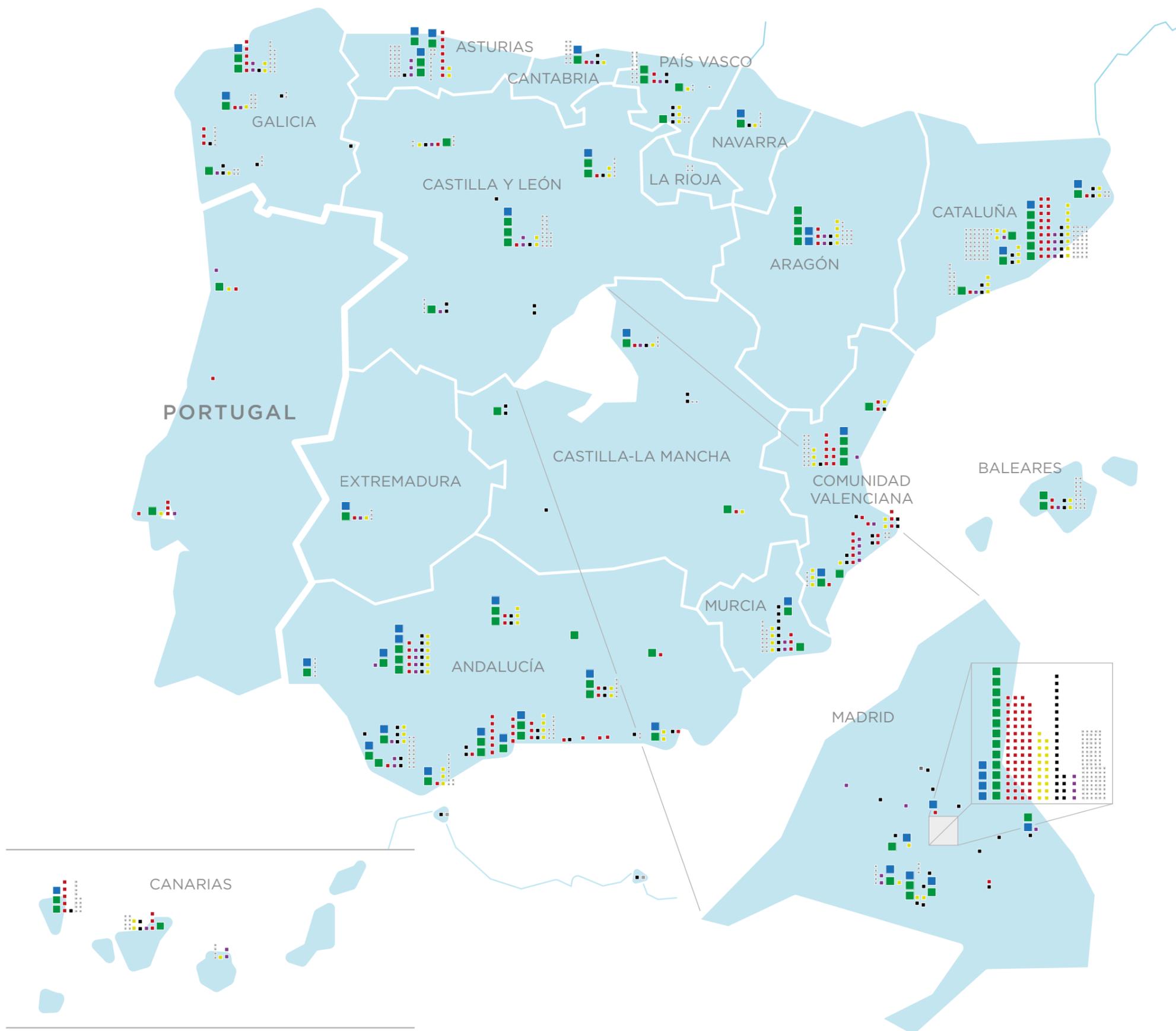
■ **Sfera** 142 tiendas en todo el mundo

■ **Bricolaje**
BriCor 56 tiendas en España / 2 en Portugal

■ **Óptica 2000** 106 tiendas en España
2 en Portugal

■ **Grupo Viajes El Corte Inglés**
493 delegaciones en España / 96 en el extranjero

Implantación del Grupo El Corte Inglés





Hipermercados: Hipercor

Cifra de negocios en el ejercicio 2016

1.322,14
millones de euros

Ebitda en el ejercicio 2016

71,94 millones de euros

La cadena de hipermercados Hipercor ha alcanzado en el ejercicio 2016 una cifra de negocios de 1.322,14 millones de euros, con un Ebitda de 71,94 millones. Durante estos meses, la sociedad ha llevado a cabo un proceso de reordenación interna que ha permitido redimensionar un gran número de establecimientos entre cuyos objetivos está conseguir un mayor ahorro de costes.

Este proceso culminará con la fusión societaria entre El Corte Inglés e Hipercor, que se ha iniciado ya en el ejercicio 2017 y que previsiblemente finalizará a lo largo de este año fiscal. La fusión entre ambas empresas tiene como objetivo mejorar y complementar la oferta comercial de cara al cliente, al mismo tiempo que se aprovechan las sinergias entre ambos formatos comerciales (El Corte Inglés e Hipercor), tanto en el área de compras como en el de ventas.

Todo ello conlleva una reordenación de los espacios de venta para hacerlos más atractivos y cómodos para el cliente, mejorando la implantación de la mercancía en la tienda y completando la propuesta comercial entre ambas enseñas. Esto permitirá mejorar la experiencia de compra del consumidor.

Esta reordenación de espacios, que ya se ha iniciado en algunos establecimientos, ha tenido impacto en las ventas de la cadena Hipercor que ha visto minorada la superficie de venta durante el periodo de acondicionamiento de los espacios comerciales.

La fusión entre ambas empresas no afectará a las plantillas de Hipercor ni de El Corte Inglés.

Tras este proceso, Hipercor continuará manteniendo su marca e identidad visual, y continuará su apuesta por la amplitud de surtido, la calidad y la innovación con presencia permanente de productos novedosos en sus lineales, especialmente en el área de alimentación. Los frescos seguirán siendo una de las señas de identidad y elemento diferenciador, tanto por la variedad como por la calidad de los mismos.

Entorno digital

Hipercor ha aumentado su presencia en el canal de venta digital, alcanzando importantes crecimientos de ventas, y con más de 400.000 seguidores activos en Facebook.

Además, se ha reforzado la estrategia de productos frescos en estos canales con acciones de comunicación a través de YouTube que incluyen programas especiales de recetas, trucos y consejos. Con ello, se ha conseguido impactar en sólo seis meses a 9,5 millones de personas, con 13 millones de impresiones y 3,9 millones de reproducciones.



Tiendas de proximidad: Supercor

Cifra de negocios en el ejercicio 2016

613,36
millones de euros

Ebitda en el ejercicio 2016

27,58 millones de euros

La cadena de supermercados, que engloba las enseñas Supercor y Supercor Exprés, se ha consolidado como un referente en la compra de proximidad, ya que destaca por la buena calidad de los productos y por unos precios muy competitivos. Esto le ha permitido ganar cuota de mercado y alcanzar una cifra de negocios de 613,36 millones de euros, lo que supone un incremento del 1,9% respecto al año anterior, con un Ebitda de 27,58 millones.

Durante el ejercicio 2016 se ha trabajado para mejorar aún más el servicio al cliente manteniendo una oferta comercial muy atractiva. A ello ha contribuido el aprovechamiento de las compras comunes con el Grupo, lo que ha redundado en un ajuste de precios, una mejor selección de productos y una óptima ejecución en las tiendas.

La motivación del personal y el trabajo de gestión que se ha desarrollado en los establecimientos han contribuido asimismo al incremento de ventas.

La alimentación y, sobre todo, los frescos son los grandes protagonistas del supermercado ya que le otorgan un carácter diferenciador.

Los dos modelos de tienda están pensados para ofrecer al consumidor todo lo que necesita para la compra diaria. En los supermercados Supercor el cliente puede elegir entre el autoservicio con alimentos en bandejas o ser asistido por profesionales que atienden tras el mostrador y le aconsejan entre una gran variedad de productos.

Los Supercor Exprés son un formato de menores dimensiones y están más orientados a una compra ágil y rápida de productos básicos de alimentación, droguería y perfumería; si bien, en algunos de ellos también se han incorporado profesionales para el área de frescos.



Al cierre del ejercicio 2016, la cadena contaba con un total de 174 establecimientos, de los cuales 69 son Supercor y 105 Supercor Exprés. A ellos hay que añadir los casi 40 Supercor *Stop&Go* implantados en la red de estaciones de servicio de Repsol.

Cifra de negocios en el ejercicio 2016

247,61
millones de euros



Sfera

La cadena de moda y complementos Sfera ha tenido un comportamiento positivo con unas ventas brutas de 446,9 millones de euros, lo que supone un incremento del 5% respecto al ejercicio anterior. La aportación de Sfera a la cifra de negocios consolidada se situó en 247,61 millones de euros, un 7,3% más que en el año precedente. El Ebitda ha superado los 32 millones de euros.

Durante el ejercicio 2016, Sfera ha abierto un total de 19 tiendas propias y más de 70 nuevos puntos de venta en otros mercados. La inversión en este plan de crecimiento, unido a la evolución negativa del tipo de cambio respecto al dólar y al peso mexicano, han afectado al beneficio consolidado.

Los mercados internacionales han centrado parte de la expansión de la enseña, especialmente México donde, al cierre del ejercicio, ya cuenta con 39 tiendas. Sfera está presente en España, Portugal, Grecia, México, Perú, Chile, Suiza, Arabia Saudí, Emiratos Árabes y Filipinas. Durante el año también ha afianzado el modelo de *shop in shop* en grandes almacenes, como ocurre con el grupo Manor de Suiza, donde ha ampliado su presencia hasta contar con 65 espacios de venta.

Ya en 2017, Sfera ha llegado a un acuerdo con la cadena alemana de grandes almacenes Karstadt para incorporar espacios diferenciados en sus centros comerciales. Una gran parte estarán especializados en moda infantil y el resto presentarán las colecciones de moda joven para mujer.

Sfera está presente también en los centros de El Corte Inglés de España y Portugal con un centenar de espacios diferenciados en las plantas de Juventud, Infantil y Lencería.

Ebitda en el ejercicio 2016

32,06 millones de euros



En paralelo, la cadena ha continuado mejorando la imagen de las tiendas con nuevos estándares visuales que permiten una mayor coordinación de las colecciones y un mayor protagonismo del producto. Este proceso de renovación de la imagen y el mobiliario, que se inició en 2015 con el fin de dotar a las tiendas de un aspecto más claro y luminoso, ha conseguido una mejora en la experiencia de compra. Todo ello ha supuesto un avance significativo en la comunicación con el cliente y en la imagen de marca.

Espacio virtual

Sfera Shop Online, la tienda en internet que se puso en marcha el año anterior, ha incrementado las previsiones iniciales, superando los 56 millones de páginas visitadas. Asimismo, durante 2016 se han lanzado unas APP para dispositivos Android e iOS.





Cifra de negocios en el ejercicio 2016
110,59
millones de euros

Bricolaje:
BriCor



Ebitda en el ejercicio 2016
(3,76) millones de euros

BriCor, la cadena de ferretería, bricolaje, decoración, jardín y reformas del hogar, ha mejorado su cifra de negocios un 1,7% hasta alcanzar 110,59 millones de euros; el Ebitda, aunque aún es negativo en 3,76 millones, ha mejorado en un 26,8% con respecto al año anterior. Esta evolución positiva, tanto en ventas como en resultado, ha sido posible gracias a una mejora de la oferta comercial y de servicios, una optimización de los procesos internos y una mayor integración con el Grupo.

En este sentido, el área de reformas para el hogar ha iniciado una nueva vía de colaboración con otras empresas del Grupo El Corte Inglés, lo que ha permitido impulsar un mejor servicio. En paralelo, se ha reforzado el concepto *lo hacemos por ti*, complementando al tradicional *házte lo tú mismo* que predomina en el sector del bricolaje. De hecho, durante el ejercicio 2016 se han realizado más de 24.000 actuaciones, con un crecimiento sostenido desde hace cinco años.

Asimismo, se ha avanzado en la supervisión técnica de las obras que se realizan en el domicilio de los clientes, lo cual se refleja en las más de 1.500 encuestas de satisfacción que se han llevado a cabo.

Los establecimientos de Bricor tienen en exposición hasta 40.000 referencias, según el tamaño del centro. No obstante, el cliente siempre puede solicitar cualquier producto aunque no esté en su tienda habitual. A ello hay que añadir la facilidad de compra a través de la página web que cuenta con un catálogo de 22.000 referencias.

La constante colaboración que Bricor mantiene con los proveedores, el 85% de los cuales son nacionales, ha permitido afianzar la campaña *Mejor Juntos* que se desarrolla durante el mes de julio con el fin de promover la actividad de bricolaje mediante acciones conjuntas de concienciación.

Durante 2016 se han abierto cuatro nuevos centros (tres en Madrid y uno en Cádiz) lo que sitúa en 58 el número de establecimientos (56 en España y 2 en Portugal).

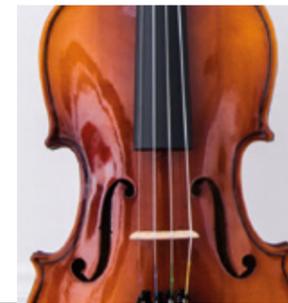


Crece el negocio online

BriCor ha incorporado nuevas funcionalidades a su tienda online (*PayPal*, simulador de financiación, tarjetas regalo...), al mismo tiempo que ha introducido cambios en el diseño de la web, con el fin de hacerla más intuitiva para el cliente final. Como consecuencia, BriCor ha alcanzado el liderazgo en algunas categorías como muebles de baño, muebles de jardín, césped o casetas de exterior. Además, el número de usuarios únicos se ha incrementado un 35% respecto al año anterior (hasta 5,8 millones) con un 17% más de páginas visitadas.

Descarga nuestra app de catálogos en tu móvil o tablet

Disponible para iOS y Android



Hay
placeres
que se
oyen.
No te prives
de ellos.

Cifra de negocios en el ejercicio 2016
81,68
millones de euros

Ebitda en el ejercicio 2016
10,73 millones de euros

Óptica 2000



ÓPTICA 2000, la cadena de óptica y audiología del Grupo El Corte Inglés, ha alcanzado una cifra de negocios de 81,68 millones de euros, lo que representa un ligero incremento de casi el 1% sobre el año anterior, con un Ebitda de 10,73 millones. Durante el ejercicio, la enseña ha llevado a cabo una mejora de la gestión interna y una optimización de recursos.

El compromiso de ÓPTICA 2000 con el confort visual y auditivo, y con los últimos avances tecnológicos, le ha permitido progresar en el sistema de teleoftalmología que posibilita un análisis a distancia de las imágenes oculares del cliente. Esta información, capturada mediante un retinógrafo instalado en las ópticas, se remite a un oftalmólogo colegiado para que emita un informe con recomendaciones. Se trata de una solución innovadora que aúna la optometría convencional con el *screening* oftalmológico a distancia.

Asimismo, se ha consolidado el proceso de pedido telemático y biselado remoto de las lentes oftálmicas con implantación en la práctica totalidad de los centros. Ello ha permitido reducir los tiempos de fabricación y montaje de gafas.

Durante el ejercicio 2016 se han incorporado nuevas categorías de lentes oftálmicas de alta gama con un periodo de entrega al cliente de tan sólo 24 horas. En el campo de la contactología, se ha mantenido la apuesta para incorporar nuevos materiales y fórmulas mejoradas que respondan al compromiso de calidad y servicio al cliente que caracterizan al Grupo.

En cuanto a la actividad audiológica, hay que destacar la instalación de 15 videotoscopios que permiten grabar las imágenes del conducto auditivo externo, así como la membrana del tímpano, pudiendo valorar diferentes patologías.

La cadena ha reforzado su división de empresas, gracias a la cual se revisa la vista y el oído al personal de una treintena de compañías en el marco de sus planes de prevención de riesgos laborales, facilitando las protecciones y correcciones que precisa cada persona.

En la comunicación con el cliente, se ha avanzado en la implantación de pantallas led con el objetivo de conseguir un impacto visual más atractivo. También se ha renovado la página web y se han abierto nuevos canales en redes sociales.

ÓPTICA 2000 mantiene un equipo de profesionales altamente cualificado, comprometido con su actividad de atención primaria en salud visual y auditiva, y en formación continua tanto en la faceta sanitaria y técnica, como en la estética y la moda.

Al cierre del ejercicio, ÓPTICA 2000 contaba con 108 establecimientos.

Campañas de concienciación

ÓPTICA 2000 ha desarrollado distintas campañas de concienciación como la *Semana Internacional del Glaucoma*, la *Semana de la Audición* o la *Semana Mundial de la Salud Visual*. Destaca la participación de todas las ópticas en la campaña *Ver para Aprender*, promovida por la asociación de utilidad pública *Visión y Vida* que implica revisiones gratuitas a estudiantes de primaria. Fruto de esta participación, ÓPTICA 2000 ha recibido el premio *Tu Visión es Tu Vida* a la mejor Labor Empresarial.

Cifra de negocios en el ejercicio 2016

2.396,72
millones de euros

Grupo Viajes El Corte Inglés

Ebitda en el ejercicio 2016

58,89 millones de euros

El Grupo Viajes El Corte Inglés ha alcanzado en el ejercicio 2016 una cifra de negocios de 2.396,72 millones de euros, lo que supone una ligera caída del 1,6% sobre el año anterior. El Ebitda se ha situado en 58,89 millones. En esta evolución ha influido de forma negativa el impacto de los tipos de cambio, especialmente en las operaciones realizadas en América Latina, así como a la complejidad del contexto internacional.

Durante el ejercicio, la compañía ha intensificado su carácter de agencia de viajes omnicanal, continuando con importantes inversiones en tecnología e innovación en los sistemas de reservas tanto de servicios de turoperador como de contratación de hoteles. Esto ha permitido, entre otras cosas, incrementar de forma notable la oferta de producto en la web con destinos muy atractivos a precios competitivos.

También ha consolidado su presencia en diversos mercados internacionales y ha mantenido su propuesta

como especialista tanto en el área de negocios como en el vacacional.

La División de Empresas está enfocada al negocio de clientes corporativos, ya sean grandes corporaciones multinacionales o pymes. De hecho, durante el ejercicio se ha lanzado una web específica para las pequeñas y medianas empresas. El objetivo es mantener un trato personalizado y conseguir para el cliente el mejor servicio con el menor coste posible gracias al adecuado asesoramiento de los agentes de viajes y del equipo de consultoría de apoyo.

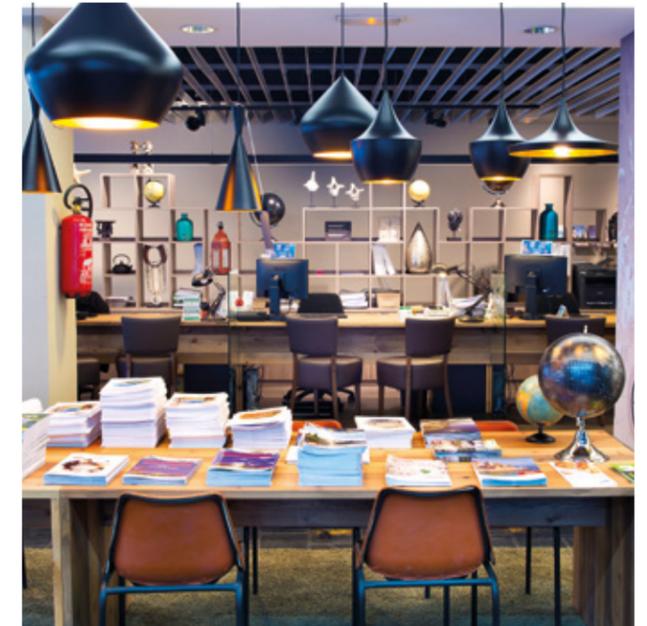
Asimismo, existe un área especializada en la organización de Congresos, Convenciones y Viajes de Incentivo, que abarca todo el proceso que va desde el asesoramiento y la planificación hasta la ejecución de



encuentros institucionales, corporativos, deportivos o culturales. Un equipo de profesionales especializados en la gestión integral de eventos se encarga de la preparación y organización de los mismos. Entre los acontecimientos más relevantes en los que se ha participado cabe destacar la *Eurocopa de Fútbol* y los *Juegos Olímpicos de Río 2016*.

Viajes El Corte Inglés busca también convertirse en el referente de viajes en los países de habla hispana, ofreciendo productos de calidad y garantía. La compañía cuenta con 493 delegaciones propias en España, y con oficinas en las principales estaciones de AVE y en los aeropuertos de Madrid, Barcelona y Las Palmas. Además, está presente en Francia, Italia, Portugal, Argentina, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, Estados Unidos, México, Panamá, Perú, República Dominicana y Uruguay.

El servicio y la satisfacción del cliente es uno de los ejes sobre los que pivota la estrategia de Viajes El Corte Inglés. Por ello, en 2016 se llevaron a cabo 200.000 encuestas a clientes con el fin de conocer su valoración sobre la gestión realizada, obteniéndose un alto grado de satisfacción. Además, está presente en redes sociales y plataformas como Facebook, Twitter, Instagram... que



Agencia de Viajes El Corte Inglés en Conde de Peñalver, Madrid

permiten afianzar esa relación inmediata e interactiva con el público, al mismo tiempo que se informa de promociones, nuevos productos, concursos, sorteos, etc. A través de estos canales y la relación bidireccional que se establece, se reciben sugerencias y comentarios que ayudan a mantener una mejora continua.

Durante 2016 se ha trabajado para que los clientes anticipen la reserva de sus viajes ofreciendo grandes ventajas, incluida una campaña de créditos preconcedidos. Fruto de esta política de servicio al cliente, destacan acciones como *Semana del Crucero*, *Que nadie te quite tu verano*, *Ya es Verano en Viajes El Corte Inglés*, *Happy Holidays*, *Crucero Fantástico*, *Grandes Viajes*, etc. También se han lanzado productos específicos para familias como los programas a los parques temáticos, así como productos dirigidos a clientes sénior.

En lo referente a nuestra mayorista *Club de Vacaciones*, especialista en turismo para mayores, es significativo que en su segundo año de actividad haya sido galardonada con el premio *Gaceta del Turismo 2016*, en reconocimiento a su programa de Acción Social y por su original idea de crear el *Día del Mayor*.

Turismo sostenible

En febrero de 2017 Viajes El Corte Inglés suscribió el código ético de la Organización Mundial del Turismo, y es una de las empresas participantes en el proyecto sobre Turismo y Objetivos de Desarrollo Sostenible que tiene lugar a nivel internacional.

2017 es el Año Internacional de Turismo Sostenible para el Desarrollo, y Viajes El Corte Inglés se ha sumado dando difusión al Decálogo del Viajero Responsable, con el fin de sensibilizar y concienciar tanto a los agentes de viajes como a los clientes de la importancia de viajar de forma responsable.

Cifra de negocios en el ejercicio 2016

736,08
millones de euros

Grupo Informática El Corte Inglés

Ebitda en el ejercicio 2016

30,98 millones de euros

El sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones del Grupo El Corte Inglés ha obtenido en 2016 una cifra de negocios de 736,08 millones de euros, en línea con el año anterior, y un Ebitda de 30,98 millones.

La actividad se ha centrado en la creación de un modelo de oferta orientado a la transformación digital y a la competitividad en este entorno, objetivo que ha situado a la consultora tecnológica del Grupo entre las principales compañías españolas en Tecnologías de la Información. Los servicios que ofrece Informática El Corte Inglés le ha permitido ocupar, asimismo, uno de los primeros puestos en valoración, según la empresa de estudios de mercado Whitelane Research y la consultora Quint Wellington Redwood.

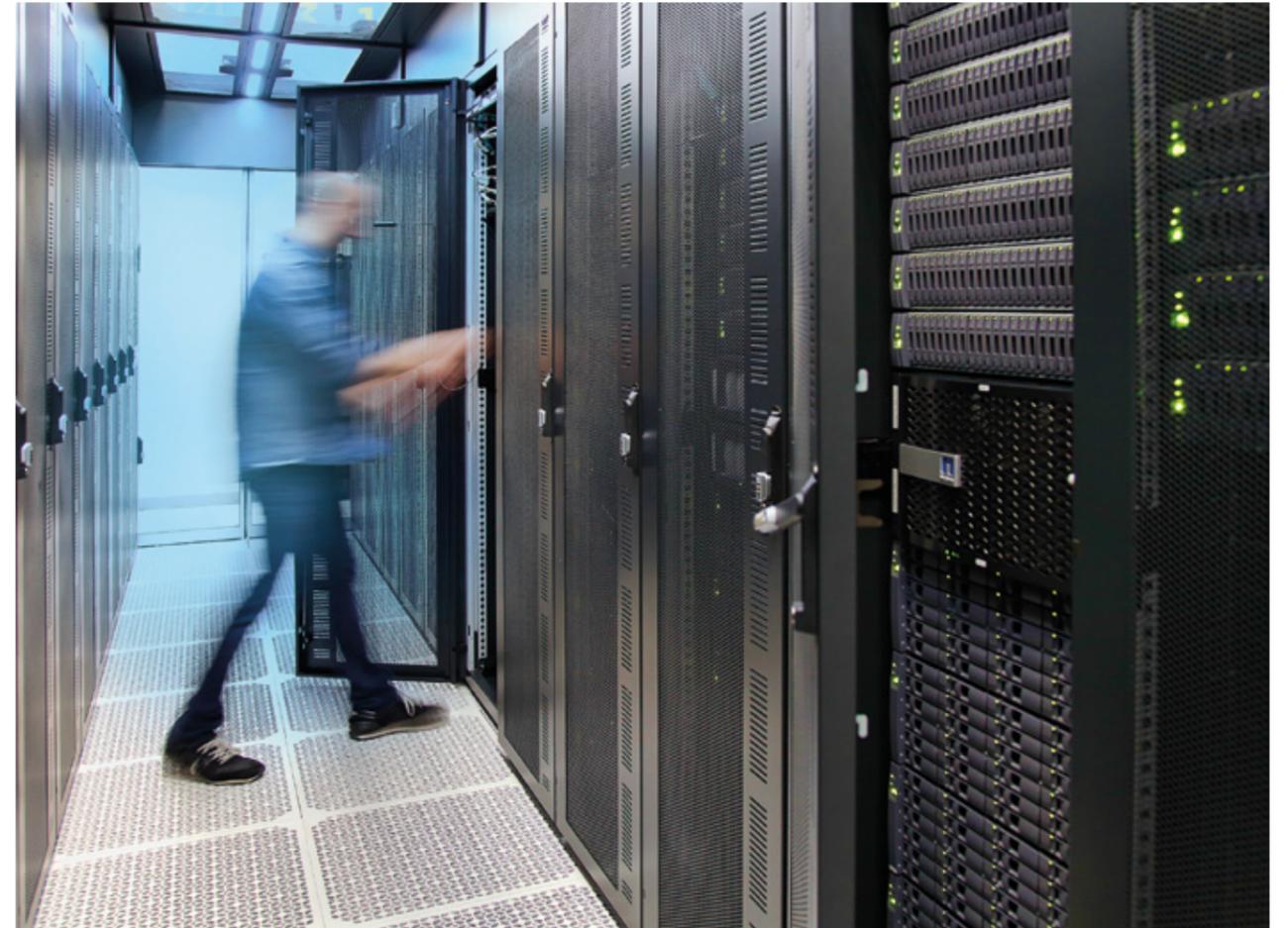
En el sector de la banca, la compañía ha seguido apostando por soluciones innovadoras y diferenciadas que responden a los retos actuales del sector centradas en la eficiencia, así como en los nuevos modelos de negocios digitales. Un buen ejemplo de ello es la solución implementada en varios clientes de *digital onboarding*, un proceso de identificación no presencial que permite a los usuarios darse de alta como clientes en una entidad financiera de manera 100% digital a través de cualquier dispositivo móvil. Por otra parte, se han iniciado importantes proyectos con varias entidades bancarias con el fin de conseguir una mejora de la productividad en el puesto de trabajo y la modernización de las sucursales mediante la utilización de herramientas novedosas.

Además, Informática El Corte Inglés está trabajando con compañías de seguros en la implantación del sistema *core asegurador*, que permite gestionar de manera integral sus procesos mejorando la captación y posterior fidelización de sus clientes. Asimismo, se han establecido alianzas con diferentes escuelas de negocio, como el Instituto de Empresa, para participar como socio estratégico de su Centro de Investigación de Seguros.

En el área de las Administraciones Públicas cabe destacar la implantación de un sistema de gestión económico-financiero del Gobierno Vasco. También es relevante el soporte integral que se ha dado a los sistemas de información y aplicaciones de negocio de AENA, tanto en sus servicios centrales como en toda su red de aeropuertos.

En cuanto a los transportes públicos, Informática El Corte Inglés se ha encargado de la implantación del sistema de cobro por uso de la infraestructura de la N-I a su paso por el territorio foral de Gipuzkoa; se trata de uno de los primeros peajes *free flow* en España.

En otro tipo de sectores también se han cumplido los objetivos marcados. Se ha colaborado con una compañía petrolífera para dar soporte y mantenimiento a 4.900 estaciones de servicio, incluyendo mantenimiento de equipos y gestión de incidencias para más de 22.000 empleados. En el ámbito de las telecomunicaciones, se ha desarrollado un proyecto para la integración y transformación de los servicios de explotación de infraestructuras en una importante compañía de este mercado.



Durante el ejercicio 2016, Informática El Corte Inglés ha seguido creciendo en mercados internacionales, principalmente en América Latina, donde se han realizado con éxito proyectos de gestión del puesto de trabajo *Digital Workplace* tanto en Colombia como en México. También se han realizado implantaciones de sistemas de gestión SAP ERP en México, Panamá, Colombia y Ecuador, así como proyectos de credenciales e identificación segura en varios países.

Por otra parte, Informática El Corte Inglés está potenciando una mejor relación con el mundo

académico mediante diversas iniciativas, algunas de las cuales se realizan en colaboración con el CEURA (Centro de Estudios Universitarios Ramón Areces). Recientemente se ha puesto en marcha un importante proyecto educativo con la Universidad Politécnica de Madrid en el ámbito de las tecnologías de la información y la transformación digital, que incluye titulaciones, becas y contratos en prácticas para alumnos universitarios.

En 2016 también se ha desarrollado una nueva web y se ha potenciado la relación con los clientes a través de las redes sociales.

Grupo de Seguros: seguros Centro de Seguros y Servicios, y Seguros El Corte Inglés

Cifra de negocios en el ejercicio 2016

273,73
millones de euros

Ebitda en el ejercicio 2016

57,61 millones de euros

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 2016, alcanzaron en su conjunto una cifra de negocios consolidada de 273,73 millones de euros. El Ebitda ha alcanzado los 57,61 millones de euros.

Durante este ejercicio, la nueva producción de seguros ha mantenido una buena evolución, superándose por primera vez las 500.000 nuevas contrataciones en un año.

Respecto de los ramos de seguros familiares (autos, hogar, salud, vida y accidentes), cuya comercialización constituye el núcleo principal de la actividad desarrollada, se han vuelto a superar los niveles de nueva producción de pólizas de cada uno de los cinco ramos, si bien destaca el fuerte incremento en autos, salud y vida riesgo.

Centro de Seguros y Servicios

El ejercicio 2016 se ha caracterizado por un aumento de la actividad comercial en los principales ramos de seguros familiares y una mejora en el ratio de anulaciones

de cartera, lo que ha supuesto que el número de pólizas de seguro en vigor de este tipo intermediadas por la correduría se haya incrementado en un 12,5%.

La oferta de seguros de la correduría ha seguido mejorando con nuevos productos dirigidos a las familias en los ramos de autos, salud, telefonía móvil y videoconsolas, a la vez que se han introducido novedosas coberturas en algunos productos ya comercializados en ejercicios anteriores pero necesitados de adaptación a nuevas circunstancias que demanda el mercado. Para ello, se cuenta con la colaboración de entidades aseguradoras de reconocido prestigio y líderes en el sector como SegurCaixa Adeslas, Allianz, Axa, Sanitas, Asisa, Mapfre, Generali, Ocaso, Pelayo y Seguros El Corte Inglés, entre otras.

Centro de Seguros y Servicios dispone, al cierre del ejercicio, de 113 puntos de venta, 111 en España y 2 en Portugal. Además, realiza su actividad a través de Internet (www.seguros.elcorteingles.es) y de un servicio personalizado de atención y venta telefónica. En este año se ha consolidado el desarrollo de la nueva web de la correduría, lo que ha permitido simplificar

Patrimonio gestionado en planes de pensiones

208
millones de euros

Primas devengadas de Seguros El Corte Inglés en el ejercicio 2016

241,7
millones de euros

la operativa de este canal de comunicación, venta, asesoramiento, y asistencia a nuestros clientes, y facilitar la contratación *online*.

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.

Seguros El Corte Inglés

Las primas devengadas en el ejercicio han alcanzado los 241,7 millones de euros, de las cuales 201,2 millones corresponden al ramo de vida y 40,5 millones al de accidentes.

El negocio fundamental de la sociedad (seguros de vida riesgo y accidentes individuales) ha sido muy positivo, lo que ha permitido mantener la senda de crecimiento.

Respecto del margen de solvencia, siendo ya de plena aplicación la nueva normativa de Solvencia II, se constata la gran solidez patrimonial de la Sociedad, de manera que, al cierre del ejercicio, el ratio de solvencia era superior al 400%. Como consecuencia de la entrada en vigor de la nueva normativa, han sido de plena aplicación el conjunto de políticas y controles que conforman el Sistema de Gobernanza de la Sociedad, plenamente adaptado a las exigencias de la nueva regulación.

Respecto de la actividad de gestión de planes de pensiones, el patrimonio gestionado a cierre de ejercicio, incluyendo los planes de previsión asegurados, ha ascendido a 208 millones de euros. Todos los planes de pensiones gestionados han arrojado resultados positivos durante el año.



Innovación tecnológica

En innovación tecnológica, Centro de Seguros y Servicios ha seguido desarrollando el proyecto de transformación de su plataforma comercial, al que se ha sumado este año el rediseño de todo el esquema de comunicación con los clientes, a fin de conseguir la máxima digitalización del negocio. En este sentido, destaca la implantación de la firma digital certificada que permitirá, a partir de 2017, que todas las contrataciones, anulaciones y suplementos de la correduría puedan realizarse en formato digital.

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

- INFORMACIÓN ECONÓMICA
- RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Dimensión comercial	42
Dimensión ambiental	58
Dimensión social	63

Responsabilidad Social Empresarial

Nuestros principios

ÉTICA Y RESPONSABILIDAD

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

GARANTÍA Y SERVICIO AL CLIENTE

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

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

Creemos que la RSE debe avanzar de forma continua e implicar a toda la organización en su conjunto. Por ello, en el ejercicio 2016 se ha constituido un grupo de trabajo de Cumplimiento, Buen Gobierno y RSE, integrado de forma transversal por todas las áreas fundamentales de la empresa. El grupo de trabajo se subdivide operativamente en dos unidades, la de RSE y la de Cumplimiento y Buen Gobierno. Este cambio organizativo tiene como objetivo dar un mayor impulso a nuestra estrategia de RSE y conseguir que nuestros principios se cumplan en todos los niveles de la empresa.

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

RELACIÓN Y VINCULACIÓN CON EL ENTORNO

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

RESPECTO AL MEDIO AMBIENTE

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

Dimensión Comercial

Nuestro modelo de negocio

La innovación, la adaptación constante a las nuevas tendencias de la sociedad, la amplitud de surtido, la especialización, la calidad, la atención personalizada, el servicio, la diferenciación y la buena relación calidad-precio, constituyen la base de nuestro modelo de negocio. Con más de 75 años de historia, hemos sido y somos pioneros en numerosos ámbitos de actuación, impulsando cambios, creando conceptos novedosos y situándonos a la vanguardia del comercio de calidad.

El Corte Inglés es hoy un grupo empresarial que, además de los grandes almacenes, incluye hipermercados, supermercados, tiendas de bricolaje, ópticas, agencias de viaje, seguros, informática, etc. Todas nuestras líneas de negocio tienen en común la búsqueda de la excelencia y de la satisfacción del cliente, y la garantía que ofrecemos en todas las compras y servicios.

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

Nuestros clientes

Nuestros clientes son nuestra razón de ser, y la confianza que depositan en nosotros nos reafirma en nuestros compromisos de calidad, servicio, surtido, especialización y garantía, y nos afianza en nuestro lema: *Si no queda satisfecho, le devolvemos su dinero.* Toda nuestra estrategia comercial está pensada y diseñada para conseguir su máxima satisfacción.

Esta relación de confianza mutua con el cliente queda reflejada en los más de 670 millones de visitas que nuestros centros comerciales recibieron en 2016. También hay que destacar los casi 11 millones de personas que poseen la tarjeta de compra El Corte Inglés.

Nuestros compromisos con el cliente

- ✓ **SURTIDO**
Ofrecemos una propuesta comercial amplia, variada y novedosa en todo tipo de productos. Facilitamos al cliente la oportunidad para elegir entre un gran surtido de marcas, productos y modelos adecuados a todas las necesidades, gustos y posibilidades económicas.
- ✓ **ESPECIALIZACIÓN**
La adecuada formación de nuestros profesionales y la amplia variedad de productos que ofrecemos, nos convierten en especialistas de cada área que trabajamos. Somos especialistas en moda, perfumería, alimentación, decoración, cultura y ocio, viajes, seguros, informática...
- ✓ **CALIDAD**
La calidad es una de nuestras señas de identidad y está presente en todos nuestros ámbitos de actividad. Calidad en alimentación, moda, hogar, ocio, deporte, electrónica... En los servicios que ofrecemos, en nuestros edificios e instalaciones, y en el ambiente que creamos para el cliente.
- ✓ **SERVICIO**
Nuestra vocación de servicio y la atención personalizada nos diferencian como empresa. Atendemos las sugerencias de nuestros clientes para darles la respuesta más adecuada y ofrecerles una amplia gama de servicios en todas nuestras tiendas.
- ✓ **GARANTÍA**
Este compromiso recoge todos los anteriores porque con él garantizamos el producto y el servicio que ofrecemos en nuestras tiendas. Es la clave de esa relación de confianza que mantenemos con nuestros clientes.

Barómetro de satisfacción

Trabajamos para conseguir la máxima satisfacción del cliente. Por ello, elaboramos desde hace años un barómetro interno que nos permite conocer su grado de conformidad con nuestros productos y servicios, así como sus preferencias e inquietudes. En 2016 se llevaron a cabo cerca de 90.000 entrevistas obteniendo como resultado un alto grado de satisfacción en línea ascendente.

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

ESCUCHAMOS Y RESPONDEMOS

Establecemos una comunicación continua con nuestros clientes a fin de cumplir sus expectativas y ofrecerles aquello que necesitan. En este sentido, elaboramos numerosos paneles de cata con consumidores habituales de los artículos a testar e identificamos las bondades o áreas de mejora en nuestros productos de marca propia; ello nos permite una mayor adaptación al cliente final.

Asimismo, mantenemos una actitud de escucha permanente a través de diferentes canales, desde el teléfono o el correo, a las redes sociales o nuestra propia página web, que se suman a la atención directa y personalizada que ofrecemos en nuestros establecimientos. Para saber lo que piensan y lo que opinan, también contamos con las redes sociales y plataformas como Facebook, Twitter, Google+, Instagram o YouTube, entre otras, que nos permiten

afianzar esa relación inmediata e interactiva con el público. A través de estos canales recibimos sugerencias y comentarios que nos ayudan a avanzar en nuestros propósitos. En paralelo, nosotros les informamos de acciones puntuales, tendencias de moda, eventos en los centros, promociones, lanzamiento de nuevos productos, concursos, sorteos, etc.

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



Nuestros productos y servicios

Nuestro modelo de negocio está basado en la amplia variedad de productos y servicios que ofrecemos tanto en nuestros centros comerciales como a través de la web, lo que nos permite dirigirnos a diferentes tipos de clientes. En moda, belleza, tecnología, decoración, hogar, deportes, ocio... contamos con el mayor escaparate de firmas de reconocido prestigio tanto nacionales como internacionales.

En alimentación y gran consumo, somos un referente para las marcas, a las que también añadimos las nuestras propias con cerca de 3.000 referencias. Mantenemos un fuerte compromiso con la industria

nacional, que supone un alto porcentaje sobre el total, e impulsamos los productos con sellos de reconocimiento como las DOP (Denominación de Origen Protegida) o las IGP (Indicación Geográfica Protegida), lo que nos diferencia de la competencia.

Para garantizar la idoneidad de todo ello, contamos con diversos protocolos de análisis, trazabilidad y seguridad adecuados a cada categoría de productos.



CALIDAD, TRAZABILIDAD Y SEGURIDAD



Trabajamos cada día para garantizar la calidad, trazabilidad y seguridad de los productos y servicios que ofrecemos, incorporando todos aquellos sistemas y procedimientos que permiten una mejora continua. Por ello, el Departamento de Calidad cuenta con un equipo de profesionales que trabajan en todas las áreas y, de forma especial, en alimentación, droguería-perfumería, textiles y productos industriales. La especialización de estos equipos se materializa tanto en el conocimiento que aportan al área de Compras, como en la definición de los ensayos de control y seguimiento de productos y servicios.

Además, la inversión en medios técnicos nos permite realizar en nuestros propios laboratorios análisis de productos alimentarios, ensayos textiles y de artículos del hogar. Todo ello se complementa mediante alianzas con otras instituciones y empresas que nos aportan valor y conocimiento. Estas colaboraciones aseguran una actuación diligente ante posibles incidencias.

Durante el ejercicio 2016 se han puesto en marcha nuevos sistemas de controles de calidad con los fabricantes de calzado en España, consiguiendo un mayor grado de colaboración con los proveedores. Asimismo, en el área de productos de consumo duradero, se ha concluido la elaboración de un amplio compendio de especificaciones estructurado por categorías de artículos, con el fin de proporcionar a cada proveedor toda la información relativa a la tipología del producto, desde las legislaciones aplicables en cada caso a las exigencias establecidas por El Corte Inglés. Todo ello ayuda a clarificar y agilizar las relaciones comerciales con los fabricantes.

En el área de alimentación y gran consumo, propiciamos que nuestros proveedores obtengan certificaciones de seguridad alimentaria que avalen la idoneidad de sus procesos. Más del 80% de los suministradores ya están certificados por alguna de las acreditaciones avaladas por Global Food Safety Initiative.



Ensayos y test en laboratorios

Durante el ejercicio 2016 se han acometido, entre otras, las siguientes actuaciones:

- ✓ ELABORACIÓN DE MÁS DE 3.000 INFORMES para garantizar la ausencia de sustancias no permitidas en prendas y artículos textiles, según el reglamento REACH y los estándares establecidos por El Corte Inglés.
- ✓ MÁS DE 20.500 ENSAYOS en prendas textiles y modelos de zapatería para corroborar la calidad acordada según las especificaciones definidas por la compañía y comprometidas con los fabricantes.
- ✓ En el área de bienes de consumo, se han TESTADO MÁS DE 4.000 ARTÍCULOS eléctricos, electrónicos, de decoración, juguetes, deportivos, etc.
- ✓ La alimentación es otra de las prioridades en el área de calidad. Por ello, en 2016 se han ANALIZADO ALREDEDOR DE 6.500 MUESTRAS, buscando los puntos críticos de control en cada producto y comprobando su adecuación a nuestra oferta comercial.
- ✓ En nuestros centros comerciales se han realizado unas 1.200 auditorías de seguridad alimentaria e higiénico-sanitaria, que nos ayudan a garantizar la idoneidad de nuestra actividad, así como de los operadores externos establecidos en nuestras tiendas.

UN UNIVERSO DE SERVICIOS



El servicio es uno de los compromisos que mantenemos con nuestros clientes. No sólo ofrecemos una atención personalizada con profesionales formados en cada una de las áreas, también hemos desarrollado otro tipo de servicios que mejoran la experiencia de compra de nuestros clientes. La tarjeta regalo, la lista de bodas, el Servicio de Búsqueda de Mercancías, el Personal Shopper que permite contar con un asesor individual de moda, la carta de compra, los Espacios de Salud y Belleza o las diferentes fórmulas personales de pago y financiación, nos sitúan como un referente en servicio al cliente.

Esta misma filosofía se ha extendido al entorno *online* con servicios como el *Click&Express*, que está presente en más de medio centenar de ciudades españolas y permite realizar la compra *online* y recibir el pedido en menos de dos horas o en la franja horaria que elija el destinatario. Nuestro posicionamiento como empresa omnicanal capaz de integrar la tienda física con el mundo digital nos ha llevado también a contar con servicios como *Click&Collect* (pedidos por internet con recogida en el centro elegido) o *Click&Car* (compra en el supermercado virtual y recogida en el aparcamiento del establecimiento seleccionado).

COMPROMETIDOS CON EL ENTORNO



Somos una empresa comprometida con el entorno, que sigue los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas para fijar nuestras metas de los próximos años.

Para ello, participamos en foros e iniciativas empresariales de RSE como el Pacto Mundial, BSCI (Business Social Compliance Initiative), The Consumer Goods Forum, Forética, Fundación SERES, etc. Adoptamos compromisos conjuntos con la industria y aunamos esfuerzos; de hecho, todas las empresas del Grupo están alineadas en favor del desarrollo sostenible.

Dentro de este compromiso, se enmarcan nuestras políticas de compra responsable y sostenible en productos de papel y madera, y de productos pesqueros. También propiciamos la incorporación

de proveedores que trabajan en la ecoinnovación, así como la compra local y de kilómetro cero. Esto nos permite ofrecer cada día verduras y hortalizas cortadas esa misma mañana en las huertas del entorno, o contar con pescados específicos de cada zona geográfica, gracias a los acuerdos con pequeñas lonjas locales que proveen de pescado a nuestros supermercados del entorno.

En el marco de la sostenibilidad, realizamos también acciones de concienciación y sensibilización hacia clientes y empleados. Una de las principales acciones es el *Mes de la Sostenibilidad*, que se celebra en mayo y junio, con el fin de concienciar sobre el cambio climático, el desperdicio alimentario y el apoyo al comercio justo. Todo ello se enmarca dentro de los principios ético, ecológico y de proximidad que engloban la estrategia de sostenibilidad.



Bienestar animal

- El Corte Inglés incluye desde 2015 criterios de bienestar animal para la selección de proveedores en las áreas de gran consumo, hogar y moda.
- Nuestro departamento de compras tiene prohibida la adquisición de productos elaborados con angora.
- En 2016 se ha continuado con las campañas de sensibilización para adoptar animales domésticos en colaboración con la Asociación Protectora de Animales ANAA, así como con varias *operaciones kilo* de productos de mascotas a beneficio de ANDA (Asociación Nacional para la Defensa de los Animales).

PRODUCTOS SOSTENIBLES



Contamos con una amplia presencia de productos sostenibles en todas nuestras áreas de negocio, desde alimentación y artículos de gran consumo a cosmética, moda, textil-hogar, etc. En conjunto, más de 6.500 referencias a disposición del cliente.

Sólo en el supermercado ofrecemos más de 2.500 referencias de productos sostenibles, una cifra que va en aumento especialmente en ecológicos, producción local, pesca con sello de certificación MSC (Marine Stewardship Council) que garantiza su procedencia sostenible, comercio justo, etc. En el ejercicio 2016 se ha inaugurado un nuevo concepto denominado La Biosfera que reúne en un mismo espacio del supermercado toda la propuesta comercial de productos ecológicos, como frescos, zumos, lácteos, huevos, envasados, alimentación infantil... También hemos lanzado nuestra marca propia Bio El Corte Inglés como prueba de nuestro interés por este tipo de productos.

Por otra parte, nuestro compromiso con los bosques se pone de manifiesto en la amplia oferta comercial diseñada bajo criterios de sostenibilidad. En este sentido, cabe destacar las colecciones de nuestra

marca propia de hogar en algodón orgánico para los artículos textiles, o el mobiliario fabricado con madera FSC (Forest Stewardship Council), certificación que garantiza su procedencia de bosques sostenibles. A ello hay que añadir nuestra marca *Frost* de papelería, que cuenta con toda una gama de cuadernos y recambios con certificación FSC. Este mismo sello se encuentra en material auxiliar como el etiquetado y empaquetado de producto, folletos, catálogos, cartelería, tiques de compra y entradas para espectáculos, entre otros.

Asimismo, promovemos el consumo responsable y sostenible, dando respuesta al interés de la sociedad por un consumo de calidad que minimice el impacto ambiental. En este mismo contexto de sensibilización social, estamos comprometidos con la difusión de buenas prácticas para reducir el desperdicio de los alimentos en los hogares.

Este compromiso con la sostenibilidad se extiende también a otras áreas como, por ejemplo, Viajes El Corte Inglés que ha difundido un decálogo del viajero responsable para sensibilizar y minimizar el impacto que se genera en el medio ambiente y en las comunidades de los países que se visitan.



Opciones especiales y diferentes

Atendemos todo tipo de gustos y necesidades de los clientes. Por ello, prestamos especial atención a todos aquellos colectivos minoritarios que requieren algún tipo de producto o servicio específico.

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

En alimentación, poseemos un amplio catálogo con un millar de productos específicos para celíacos; también disponemos de uno de los mayores surtidos de dietéticos del mercado, incluida la marca propia *Special Line* con 220 referencias. Las personas que padecen algún tipo de intolerancia, pueden elegir entre una gama extensa y bien identificada de productos, desde un gran número de referencias específicas para diabéticos, a alimentos bajos en grasas y/o sal, productos sin lactosa, y *free from* (dietéticos que no contienen gluten, lactosa, huevos ni trazas de frutos secos). Además, en el etiquetado de nuestras marcas propias incluimos información sobre los alérgenos que sea fácilmente visible para el cliente.

Por otra parte, nuestra atención hacia otras culturas o gastronomías nos lleva a incluir en nuestros supermercados numerosos productos *kosher*, *halal*, orientales, etc.

También tenemos productos con certificación de comercio justo, como café, cacao, infusiones, frutas exóticas, etc.



Nuestros proveedores

Uno de los ejes prioritarios de nuestro modelo de negocio es la buena elección de los proveedores con quienes mantenemos una relación de colaboración y confianza mutua, ya que ellos nos acompañan en nuestro propósito de satisfacer las exigencias de calidad de nuestros clientes. Esto nos permite desarrollar proyectos de forma conjunta, especialmente con aquellos que aportan innovación o diferenciación respecto a nuestros competidores.

Todos nuestros proveedores deben aceptar y asumir los principios de compromiso ético del Código de Conducta de BSCI (Business Social Compliance Initiative), organización sin ánimo de lucro con sede en Bruselas a la que pertenece el Grupo El Corte Inglés desde marzo de 2008. Además, realizamos procesos de verificación del cumplimiento de esos principios.

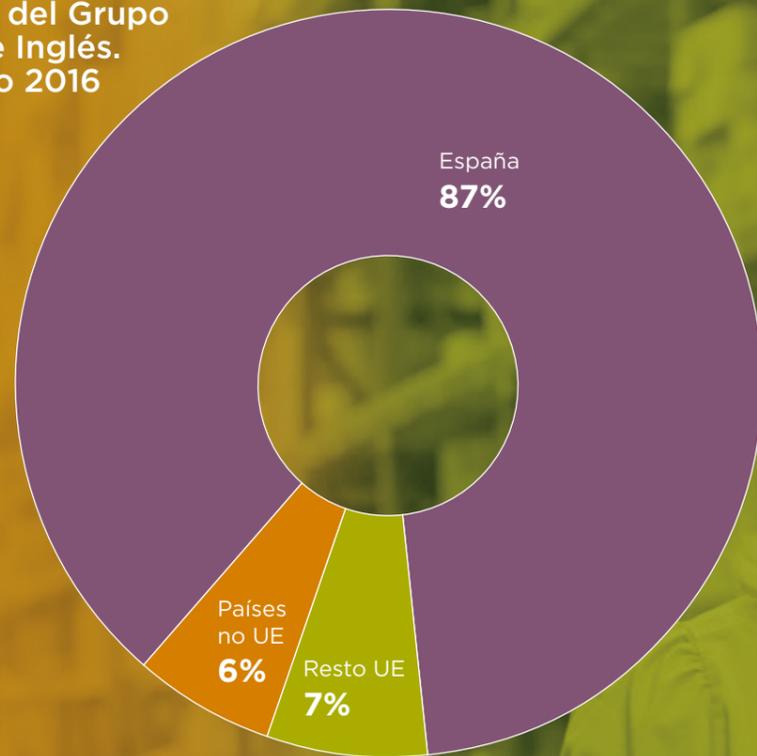
ORIGEN Y PROCEDENCIA

Nuestros equipos de compra están buscando de forma permanente productos de la mayor calidad al mejor precio tanto dentro como fuera de nuestras fronteras. Propiciamos la adquisición de productos locales y de proximidad y el 87% de las compras que realiza El Corte Inglés son a proveedores nacionales, mientras un 7% son a suministradores de otros países de la Unión Europea (UE). No obstante, la realidad globalizada del mercado nos obliga a estar atentos a las oportunidades de compra en terceros países, aunque actualmente sólo el 6% de las compras se realizan en países fuera de la UE.

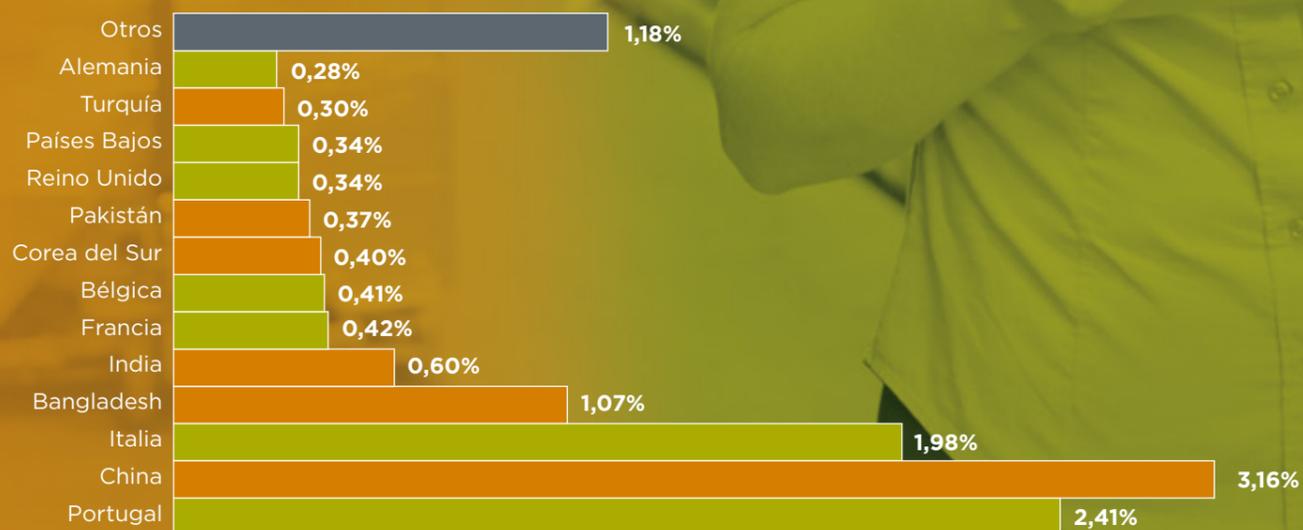
También propiciamos la promoción, el crecimiento y desarrollo de empresas de todo tipo, especialmente pymes, a quienes prestamos especial apoyo y atención.



Distribución de la compra del Grupo El Corte Inglés. Ejercicio 2016



Distribución de la compra en países distintos de España



Número de proveedores por formatos de actividad en los negocios de retail

FORMATO	NO UE	UE	Total general
Grandes almacenes: El Corte Inglés	2.006	23.176	25.182
Hipermercados: HiperCor	533	2.130	2.663
Sfera	386	1.052	1.438
Bricolaje: BriCor	68	1.070	1.138
Tiendas de proximidad: Supercor	-	842	842
Óptica 2000	1	187	188
TOTAL GRUPO	2.994	28.457	31.451

El 87% de las compras que realizamos a proveedores nacionales, convierten al Grupo El Corte Inglés en un potente tractor de la economía española. No obstante, también contamos con oficinas internacionales donde un equipo de profesionales especializados en RSE trabajan para garantizar el cumplimiento de los compromisos de responsabilidad social que hemos asumido como Grupo y que les exigimos a nuestros proveedores. Este equipo internacional se encuentra en las áreas de Extremo Oriente, Sudeste Asiático, Oriente Medio, Oriente Próximo, Turquía y Magreb. Además del personal español que trabaja en nuestras oficinas de compra, hay un elevado número de profesionales nativos del entorno, lo que nos permite adaptarnos y comprender mejor la cultura de cada región, al mismo tiempo que nos implicamos en la realidad económica y social del país.

Nuestra política de adquisición de materiales auxiliares prima asimismo la compra local, para de este modo impactar positivamente en la economía de cada país.

AUDITORÍAS SOCIALES

Como empresa responsable, mantenemos un avance constante en la verificación de las condiciones sociales y laborales de proveedores. En este sentido, realizamos auditorías sociales en el marco del sistema BSCI, que toma como referencia los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Nuestro protocolo de homologación está articulado como un proceso de mejora continua que permite a los proveedores cumplir a corto plazo con todos los requisitos del Código de Conducta. Si un suministrador no es capaz de adaptarse a estos procesos e incumple las exigencias éticas, laborales, de derechos humanos o medioambientales de El Corte Inglés, se le descarta como proveedor.

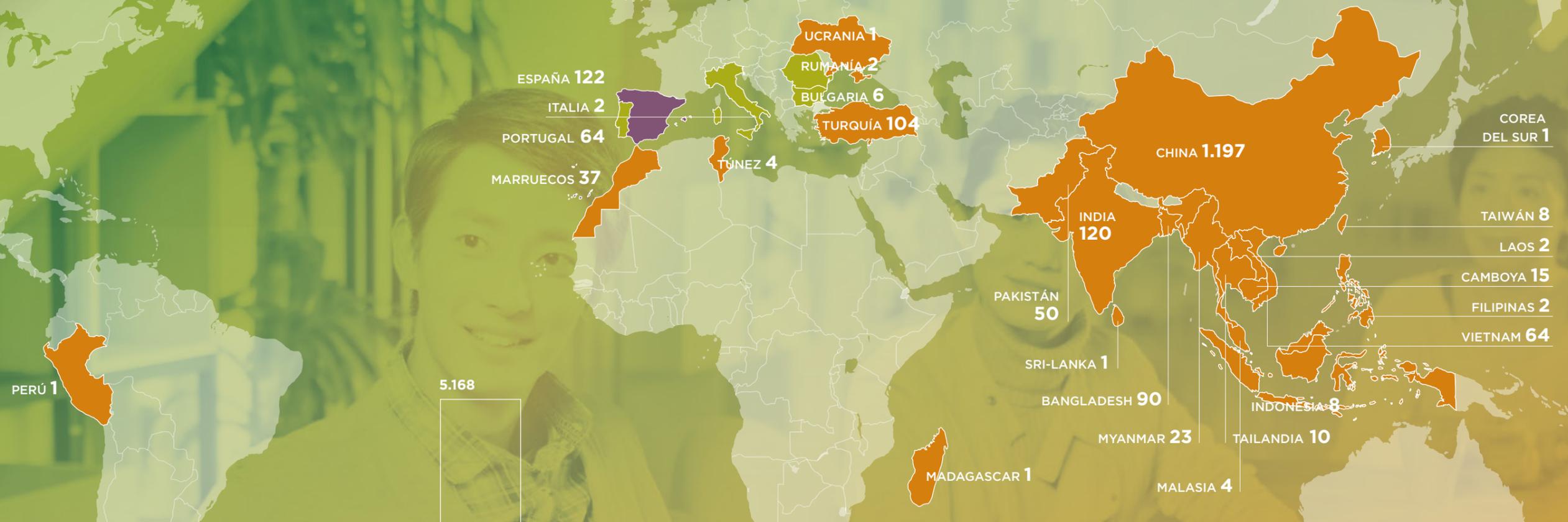
El Grupo El Corte Inglés aplica una política de tolerancia cero si se da alguna situación de trabajo infantil, trabajo forzoso, riesgo grave para la salud de los trabajadores, o comportamiento poco ético. En caso de sospecha de alguna de estas situaciones, se aplica un bloqueo preventivo, que se convierte en permanente si se confirmase dicha situación tras un análisis exhaustivo. Tampoco aceptamos que nuestros proveedores fabriquen productos para alguna de las marcas del Grupo en una fábrica no autorizada, así como la subcontratación no declarada.

Desde que se puso en marcha el sistema de auditorías en 2009, el Grupo El Corte Inglés ha realizado más de 5.000 auditorías a proveedores de 19 países. Durante el ejercicio 2016, se han realizado un total de 1.743 auditorías en terceros países y 196 en países de la UE.

Para focalizar mejor nuestros esfuerzos de monitorización de marcas propias, identificamos a los proveedores que acumulan un mayor porcentaje de la compra y priorizamos en ellos nuestros procesos de auditoría.

En el caso concreto de Bangladesh, no sólo se realizan auditorías sociales y medioambientales, también participamos en un programa internacional para la supervisión técnica de los edificios donde se ubican las fábricas.

Distribución de auditorías por países



Evolución de las auditorías sociales

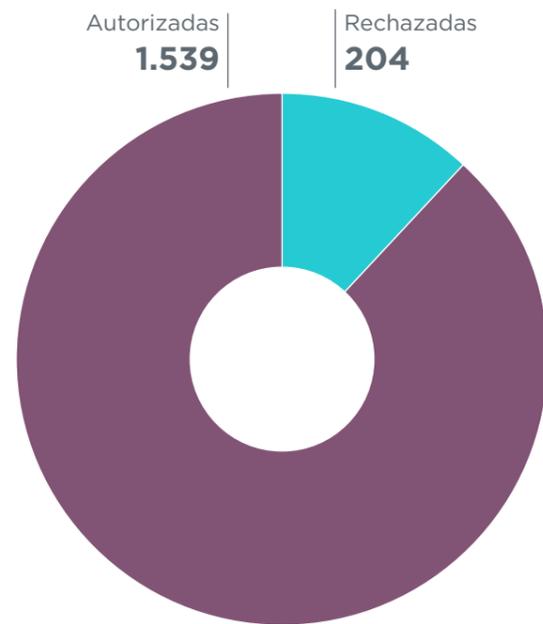


Resultado de auditorías 2016



Resultado de Auditorías 2016 en países fuera de la UE

Total: 1.743



Resultado de Auditorías 2016 en países de la UE

Total: 196



Formación en RSE

Nuestra convicción de que la RSE debe ser tarea de todos, nos ha llevado a impartir un curso específico en la materia a todos los equipos comerciales. A cierre del ejercicio 2016, el 70% de los 2.358 empleados convocados (compradores, diseñadores y jefes de equipo) han realizado con éxito este módulo de formación; el restante 30%, lo ha cumplimentado en los meses siguientes.

Ya en el ejercicio 2017, se ha iniciado otra experiencia formativa dirigida al personal de venta, administrativo y auxiliar tanto de los centros como de las oficinas centrales. Por este curso de Introducción a la RSE se prevé que pasen más de 84.000 personas.



COLABORACIÓN CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Mantenemos una relación de diálogo y colaboración con nuestros grupos de interés y contamos con un Grupo de Trabajo en el que participan sindicatos nacionales e internacionales, asociaciones de consumidores, organizaciones de defensa de los derechos humanos, de conservación de la naturaleza, de bienestar animal, así como expertos del ámbito académico. En este grupo de trabajo informamos de los proyectos que llevamos a cabo en la cadena de suministro y buscamos soluciones conjuntas para aquellos casos que lo requieren. Sus aportaciones y sugerencias nos permiten avanzar en línea con nuestras mutuas expectativas.

Proyectos de colaboración

La colaboración que mantenemos con nuestros grupos de interés nos lleva a desarrollar proyectos conjuntos tanto de carácter nacional como internacional. Entre aquellos vinculados a la cadena de suministro, caben destacar los siguientes:

- **PROYECTO EN TAMIL NADU (INDIA).** Formamos parte de una iniciativa internacional pilotada por ETI (Ethical Trading Initiative) con el respaldo de BSCI, en la que participan empresas, sindicatos, ONG e instituciones. El objetivo es poner fin a una práctica conocida como *sumangali* enraizada en la cultura de esta región y que afecta a los derechos laborales de jóvenes trabajadoras en fábricas de hilatura.
- **PROYECTO EN TURQUÍA** para mejorar las condiciones laborales de los refugiados. Participamos en una iniciativa internacional junto a otras marcas multinacionales, asociaciones de empresarios, sindicatos, agencias de Naciones Unidas y ONG locales e internacionales. Se trata de definir una línea de actuación común que anime a los empresarios locales a la contratación de mano de obra migrante en el marco de la legalidad.

La logística

La logística es una parte esencial de nuestro modelo de negocio; por ello incorporamos de forma permanente las últimas tecnologías y sistemas que van apareciendo en el mercado con el fin de ganar agilidad y eficiencia. Además, estas mejoras influyen positivamente en el medio ambiente.

En el ejercicio 2016 hemos seguido trabajando en la reducción de volúmenes transportados por avión y por carretera, lo que ha supuesto una disminución de costes y un menor impacto medioambiental.

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

Países de origen de compra	29
Puertos de embarque	84
Contenedores	18.728
m ³ transportados	573.000

Del total de metros cúbicos transportados en el ámbito internacional, un 96% se realizan por barco, el 3% por aire y el 1% por carretera.

Dimensión Ambiental

Mantenemos una preocupación constante por el medio ambiente y un esfuerzo continuo por mejorar aquellos impactos relacionados con nuestra actividad comercial. En este contexto, prestamos especial atención a aquellos aspectos relacionados con el consumo de materiales, energía y agua, así como los relativos al control de emisiones de gases de efecto invernadero y a la gestión de residuos.

Materiales

Nuestra política medioambiental nos impulsa a reducir, de forma continua, el impacto de los materiales que consumimos, prestando especial atención a la reutilización de los mismos. Además, hemos intensificado la utilización de materiales sostenibles y respetuosos con el entorno. En este sentido, todos los papeles de regalo utilizados en El Corte Inglés cuentan ya con la certificación FSC lo que garantiza su procedencia de bosques sostenibles. A ellos hay que añadir también todos los folletos, catálogos, tiques, etc. que desde hace tiempo se realizan con papel certificado.

Continuamos trabajando en el plan de minimización del consumo de bolsas de plástico, para lo cual se reducirán los modelos y tamaños ofrecidos a nuestros clientes. Todo ello se enmarca dentro de un plan que incluirá la utilización de la bolsa de papel en determinados departamentos, la formación de nuestros empleados y el cobro de las bolsas de plástico en entornos distintos al supermercado. También se ha ampliado el abanico de bolsas reutilizables con la introducción de nuevos modelos fabricados en yute y rafia que se pueden adquirir en nuestras tiendas.

Reducción de plásticos

Hemos reducido el consumo global de plásticos un 30% desde 2008. Una gran parte de esa disminución se debe al menor uso de bolsas de plástico.

Energía

La eficacia en la gestión de la energía constituye una de nuestras principales estrategias medioambientales. Durante el ejercicio 2016 hemos continuado llevando a cabo iniciativas en este sentido, concretamente para optimizar nuestros consumos eléctricos. Damos prioridad a aspectos como la iluminación, el frío comercial, la climatización y los sistemas de control.

En este contexto, se ha dado un importante impulso al plan de renovación de la iluminación de nuestras tiendas con la implantación de tecnología LED, se han sustituido casi 160.000 luminarias, principalmente en los departamentos de moda, complementos, deportes y zapatería. Para ello se ha tenido en cuenta, no solo la eficiencia energética sino también la calidad de la luz, de modo que permita el máximo confort de nuestros clientes. Los ahorros derivados de las nuevas implantaciones se estiman en más de 12.000kW.

Por otra parte y en relación a las instalaciones de frío comercial, continuamos dotando de puertas a los muebles de productos refrigerados o congelados, con el objetivo de hacerlos más eficientes desde el punto de vista energético. De hecho, el 100% de muebles de congelado y un 15% aproximadamente de muebles de refrigeración, están ya dotados de puertas. El proyecto concluirá en 2018 habiendo alcanzado el 100% de instalaciones de refrigeración, murales o semimurales cuyas características técnicas lo permitan.

Menor consumo energético

Durante el ejercicio 2016 hemos conseguido reducir el consumo eléctrico en algo más de un 4% kWh/m² con respecto al año anterior, y el acumulado supone casi un 25% tomando como base el año 2008.

Agua

Mantenemos un avance continuo en nuestros objetivos del Plan de Gestión Sostenible del Agua con una perspectiva integral de todo su ciclo. Además de fomentar el consumo responsable trabajamos en mejorar la calidad de nuestros vertidos, mediante la implantación de medidas de prevención, minimización y concienciación. En este sentido, se sigue considerando prioritaria la formación y sensibilización de los empleados. De hecho, mantenemos desde 2009 una campaña de concienciación a través de carteles de ahorro colocados en zonas comunes, y contamos con una política de uso correcto del agua que está disponible en la intranet corporativa, donde además existe un capítulo específico con recomendaciones.

Gracias a todas estas acciones, en 2016 hemos conseguido una reducción de aproximadamente un 3,25% medido en m^3/m^2 y de casi un 30% acumulado en el periodo 2008-2016.

Por otra parte, trabajamos para mejorar la calidad del vertido, con diversas iniciativas:

- Elaboración del manual de buenas prácticas de vertidos.
- Charlas de concienciación medioambiental sobre vertidos.
- Instalación de separadores de grasas, arquetas de desbaste, así como decantadores de sólidos en aquellos puntos problemáticos.
- Instalación de equipos enzimáticos y utilización de productos que adecúan la calidad del vertido.



Emisiones

El factor de mayor incidencia en el cálculo de nuestras emisiones de gases efecto invernadero lo constituyen las emisiones indirectas asociadas al consumo energético. Por ello las medidas de eficiencia energética inciden directamente en la reducción de nuestras emisiones. A pesar de las adversas condiciones meteorológicas y del consiguiente incremento del consumo de combustible, hemos conseguido mantener estables nuestras emisiones. Ello ha sido posible gracias a la reducción significativa del consumo energético, lo que ha supuesto evitar la emisión de más de 7.500 Tm de CO_2 eq.

También apostamos por las energías renovables, que representan el 27% del total de la energía eléctrica utilizada.



Residuos

Uno de los objetivos que forman parte de la estrategia Europa 2020 es el de “garantizar un uso eficaz de los recursos”, promocionando una economía más verde y competitiva, desde una perspectiva sostenible y de integración. El Corte Inglés se ha sumado a esta estrategia liderando distintos proyectos de economía circular, lo que supone un crecimiento sostenible, ya que se trata de dar valor a los productos, materiales y recursos utilizados.

La economía circular permite que los residuos de unos se conviertan en recursos para otros. Para ello es fundamental la recogida del residuo, la separación y el correcto tratamiento del mismo, con el fin de valorizarlo de la forma más adecuada. Los principios sobre los que se asienta la economía circular y que nosotros como empresa hemos adoptado son: reutilización, reparación, reciclaje y valorización energética.



Proyectos de economía circular a través de la utilización de los materiales que se encuentran en los residuos

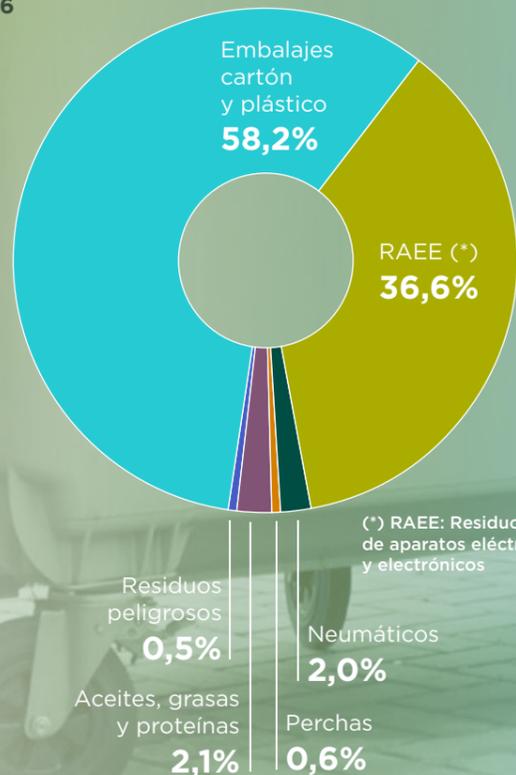
- **Papel y cartón:** Utilizamos cajas fabricadas a partir de nuestros propios residuos de embalajes. Recogemos el cartón, lo prensamos y se lo entregamos a proveedores de nuestra confianza para la fabricación de nuevas cajas de embalaje.
- **Plásticos:** Facilitamos a los proveedores de bolsas de plástico los residuos procedentes de nuestros embalajes para la fabricación de nuevas unidades.

- **Aparatos eléctricos y electrónicos:** Los aparatos recogidos a los clientes son entregados a plantas autorizadas para su desmontaje, valorización y eliminación controlada de componentes peligrosos. El reciclaje de las piezas de los aparatos, permitirá la fabricación de otros equipos nuevos.
- **Perchas:** Las unidades que no pueden ser reutilizadas, se destinan a reciclaje para la fabricación de otras perchas nuevas o de otro tipo de productos plásticos.
- **Neumáticos:** Las unidades entregadas por nuestros clientes son recicladas ya que el caucho que contienen los neumáticos puede ser utilizado para distintas aplicaciones: suelos de seguridad en parques infantiles, relleno de césped artificial, pantallas acústicas, aplicaciones ornamentales...
- **Aceites vegetales y grasas:** A través de su reciclaje se posibilita la fabricación de biodiésel.

Durante el ejercicio 2016, hemos valorizado un total de 56.000 Tm de residuos a través de nuestra participación en los diferentes proyectos de economía circular detallados anteriormente.

Además, en el último ejercicio, hemos iniciado un nuevo proyecto de economía circular relacionado con otro residuo generado en el desempeño de nuestra actividad. Se trata de un proyecto de valorización del poliestireno expandido procedente de cajas de pescado.

Residuos generados 2016



Dimensión Social

Nuestro equipo

PRINCIPALES CIFRAS

- ✓ Empleo directo total al cierre del ejercicio: **91.690 personas, el 94% en España**
- ✓ **64% son mujeres y el 36% hombres**
- ✓ **88% tienen contrato fijo**
- ✓ Plantilla media a jornada completa: **80.640 personas**
- ✓ **Más de 133.000 horas de formación presencial y más de 436.000 horas de formación online**
- ✓ **1.073 personas (un 1,2% del total) fueron promocionadas a puestos de mayor responsabilidad**

Nuestro Grupo está formado por un gran equipo de compradores, vendedores, expertos en logística, en sistemas de información, administración, marketing, mantenimiento... lo que supone una gran variedad de perfiles profesionales que reflejan la diversidad de nuestra propia actividad. La necesidad de adaptación a un mercado cada vez más complejo y exigente, nos obliga a mantener un alto grado de flexibilidad y polivalencia de funciones. Impulsamos el trabajo en equipo e incorporamos nuevos perfiles profesionales para garantizar el mejor nivel de servicio a nuestros clientes.

También estimulamos el talento y recompensamos el esfuerzo personal, como prueban las 1.073 personas que en 2016 han sido promocionadas a puestos de mayor responsabilidad, lo que representa el 1,2% del total de la plantilla, con el desglose que muestra la tabla adjunta.

Personas promocionadas en 2016

Empresa	Personas
El Corte Inglés	822
Hiperacor	121
Informática El Corte Inglés y Telecor	27
Viajes El Corte Inglés	36
Otras empresas del Grupo	67
Total	1.073

Asimismo, reconocemos la fidelidad y la constancia mediante la entrega anual de emblemas a los empleados que cumplen 25 y 15 años de servicio. En 2016, un total de 5.169 personas tuvieron este reconocimiento, con el siguiente desglose:

Empresa	ORO (25 años)	PLATA (15 años)	Total
El Corte Ingles	1.180	2.662	3.842
Hipercor	110	545	655
IECISA-Telecor	34	94	128
Viajes	74	220	294
Resto	49	201	250
Total	1.447	3.722	5.169



Convenio colectivo del sector

En abril de 2017 y de conformidad con los sindicatos mayoritarios en el sector de la Distribución, se firmó el Convenio Colectivo de ANGED (Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución) al que está acogido El Corte Inglés. Dicho convenio, que afecta a más de 230.000 trabajadores en España, tiene efecto retroactivo desde el mes de enero de 2017.

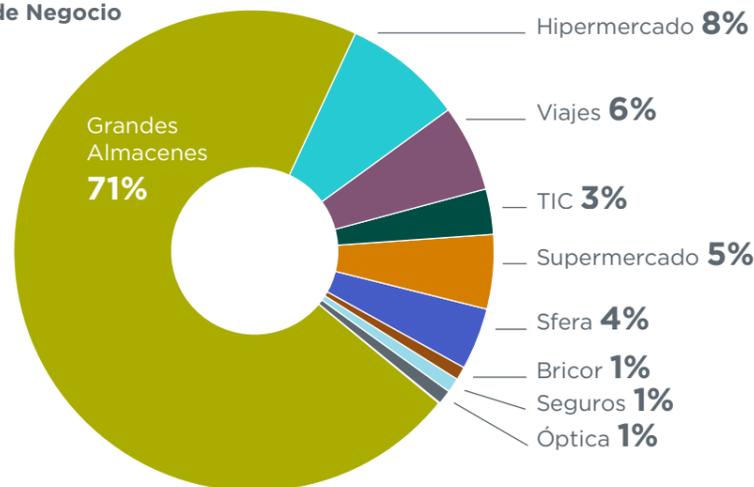
DISTRIBUCION DE EMPLEADOS POR EMPRESAS

Al cierre del ejercicio 2016 nuestro equipo está formado por un total de 91.690 personas, distribuidas entre todas las empresas del Grupo. El número medio de empleados, calculados a jornada completa, se ha situado en 80.640 personas.

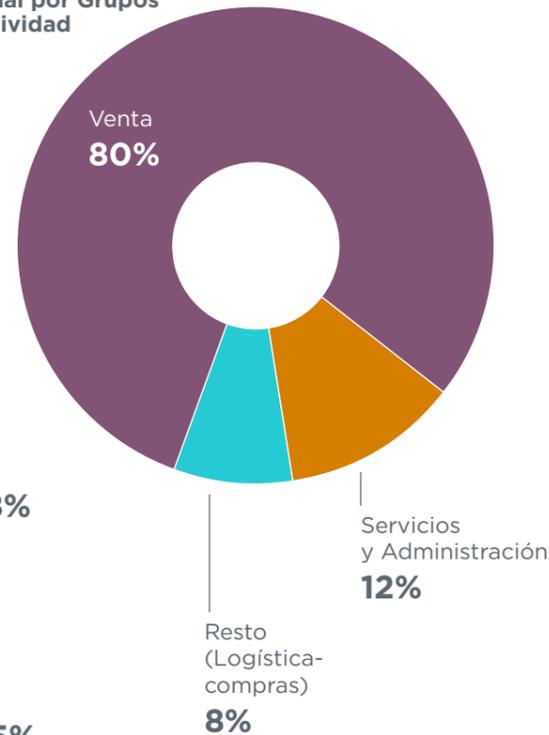
El 88% de los empleados tienen contrato fijo.

La distribución de nuestro personal se muestra en los siguientes gráficos:

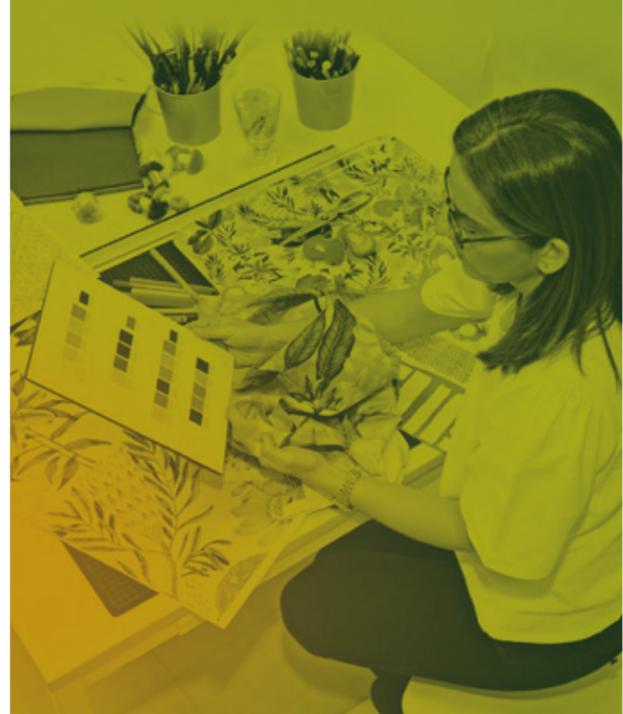
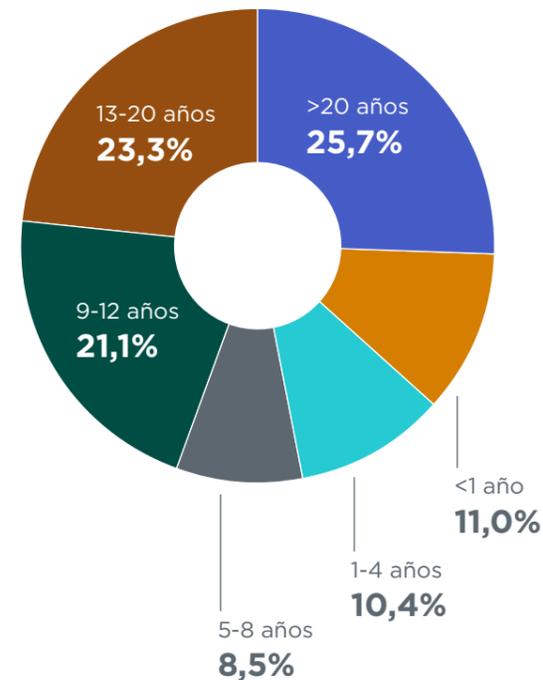
Personal por Líneas de Negocio



Personal por Grupos de Actividad



Personal por Tramos de Antigüedad



SALUD Y SEGURIDAD LABORAL

Cuidamos de forma permanente la salud y seguridad laboral, ya que además de formar parte de los compromisos que mantenemos con nuestros empleados, también creemos que constituye una ventaja competitiva. Además de la atención que se presta en los centros de trabajo, los servicios sanitarios de El Corte Inglés realizan numerosas acciones dirigidas al cuidado y salud de las personas que integran el Grupo, algunas en colaboración con instituciones sanitarias públicas y privadas.

Entre las campañas e iniciativas realizadas en el ejercicio 2016, destacan las relacionadas con la sensibilización y detección del cáncer de mama, de próstata y de colon; la prevención de factores de riesgo cardiovascular; la promoción del ejercicio físico, antitabaquismo y hábitos de vida saludables, así como diversas acciones de donación de sangre y vacunación antigripal.

En el ámbito psicosocial, se han acometido procesos de evaluación de los factores de organización del trabajo en 13 centros, con la participación de 3.800 empleados, a los que se les ha preguntado mediante cuestionarios y entrevistas. El objetivo de esta acción es conocer la repercusión que las condiciones de trabajo tienen en su salud y bienestar en relación a la organización y contenido de su actividad diaria.

Por otro lado, un nuevo análisis sobre la descripción de los puestos de trabajo de las empresas del Grupo, delimitando por función y por actividad las tareas que realiza cada persona, ha permitido evaluar con precisión los riesgos para la seguridad y salud de cada empleado e integrar todo ello en herramientas informáticas que propician una gestión más eficiente.

FORMACIÓN

Concedemos una gran importancia a la formación pues, además del enriquecimiento personal que conlleva, aporta un valor diferencial a la actuación diaria de nuestros profesionales y nos distingue como empresa. Por ello, en el Instituto de Formación Profesional de El Corte Inglés, desarrollamos acciones y programas adaptados a cada puesto de trabajo, a los que se suman acciones formativas más breves y flexibles orientadas a informar sobre las novedades que se producen en cada área.

La mayoría de los cursos impartidos durante el ejercicio 2016 se ha dirigido al personal de centros comerciales. En este sentido, hay establecida formación específica para los profesionales recién incorporados, que incluye tanto atención comercial como procesos administrativos y conocimiento del producto. No obstante, la mayor parte de los programas se enmarcan dentro de la formación continua dirigida a toda la plantilla y cuyo principal objetivo es dar a conocer las últimas novedades comerciales en cada una de las áreas, así como enseñar nuevos conocimientos relativos a procedimientos y herramientas de análisis y gestión. También se imparten de forma permanente cursos de idiomas en toda la organización.

A todo ello hay que añadir la formación que se realiza a través de la plataforma *online*, lo que permite impartir de manera simultánea programas de diversa índole en diferentes centros de trabajo. Además de los contenidos de naturaleza más comercial o relacionados con el servicio al cliente, durante el ejercicio 2016 también se han llevado a cabo acciones formativas sobre diversidad e igualdad de oportunidades, así como sobre seguridad informática. La plataforma *online* se emplea, asimismo, para informar sobre campañas y estrategias comerciales.

Otro de los canales que se están potenciando es la videoconferencia que permite impartir formación a personas ubicadas tanto dentro como fuera del territorio nacional.

Por último, hay que destacar la colaboración que mantenemos tanto con universidades públicas como privadas e institutos de formación profesional para incorporar grupos de alumnos a los programas de prácticas curriculares, de manera que puedan completar su preparación académica con el conocimiento del mundo profesional y de la empresa.



Actividad de formación en 2016. Grupo El Corte Inglés

Área	Acciones formativas	Horas	Alumnos
Comercial	1.805	23.822	17.259
Producto y oficios	5.389	28.723	48.002
Alimentación y Hostelería	892	9.967	8.500
Procesos Administrativos de venta e informática	1.630	15.782	19.406
Habilidades directivas y de gestión	590	10.359	6.389
Prevención de riesgos laborales	971	2.445	7.774
Idiomas	998	34.253	4.987
Otros	123	8.588	803
TOTAL FORMACIÓN PRESENCIAL	12.398	133.938	113.120
FORMACIÓN ONLINE		436.338	299.865
TOTAL	12.398	570.276	412.985



Ratios	
Duración media en horas de los cursos (formación presencial)	11
Nº medio de alumnos por curso (formación presencial)	9
Índice de rotación presencial (alumnos presenciales / plantilla física)	1,2
Índice de rotación total (alumnos totales / plantilla física)	4,5



Impulsamos la formación superior de nuestros empleados a través de nuestra universidad corporativa Centro de Estudios Universitarios Ramón Areces (CEURA). Los acuerdos suscritos por el CEURA con universidades tanto públicas como privadas permiten a muchos empleados del Grupo El Corte Inglés iniciar o continuar sus estudios universitarios. La aplicación de nuevas metodologías docentes y el uso de plataformas digitales hacen posible el desarrollo académico de nuestros profesionales. Este modelo formativo tiene como eje central al empleado/estudiante; y la utilización del Campus Virtual favorece una eficiente conectividad entre estudiantes y docentes.

Durante el ejercicio 2016, un total de 618 empleados de toda España se han matriculado en distintos programas, según se recoge en el siguiente cuadro:

UNED	Alumnos
Acceso a la universidad para mayores de 25 años	91
Grado Derecho	160
Grado Administración y Dirección de Empresas	217
Grado en Ingeniería Informática	27
Total	495
CEURA / VIAJES EL CORTE INGLÉS, S.A.	Alumnos
Máster presencial en nuevas tecnologías aplicadas a la gestión de Agencias de Viaje	25
Máster <i>online</i> en nuevas tecnologías aplicadas a la gestión de Agencias de Viaje (México D.F.)	34
Curso de Adaptación a Grado en Turismo	30
Total	89
U. Politécnica de Cataluña - Máster en Distribución y Ventas	34
TOTAL ALUMNOS CEURA	618

INTEGRACIÓN, DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Apoyamos la integración laboral y promovemos numerosas acciones orientadas a conseguir la incorporación de las personas con discapacidad al ámbito del trabajo. Además de nuestra plantilla directa, colaboramos con cerca de 60 Centros Especiales de Empleo para la subcontratación y compra de productos fabricados en dichos centros.

Creemos también que la diversidad cultural nos enriquece como empresa y por ello contamos con más de 4.100 personas de nacionalidad no española que trabajan en nuestros centros en España, lo que supone un 4,8% sobre el total de la plantilla. La mayor parte de este colectivo procede de América Latina, un 60% aproximadamente.



Planes de igualdad

Durante el ejercicio 2016 se ha puesto en marcha un proyecto para formar a todo el personal en igualdad de oportunidades y diversidad, dando cumplimiento a los compromisos adquiridos en el Plan de Igualdad de El Corte Inglés. En este sentido, 45.700 personas han recibido formación *online* en esta materia y 5.500 lo han hecho de modo presencial.

Además, en enero de 2017 se actualizó el Protocolo de Situaciones de Acoso aplicable en El Corte Inglés, con el apoyo unánime de todas las representaciones sindicales. Las principales novedades de este protocolo de actuación, que entró en vigor el 1 de marzo, son las siguientes:

- ✓ Facilitar el inicio del procedimiento, facultando a cualquier persona que haya presenciado una situación de acoso a solicitar la intervención de la Comisión Instructora para el Tratamiento de las Situaciones de Acoso (CITSA).
- ✓ Mayor participación de la Comisión de Seguimiento del Plan de Igualdad en la instrucción de los expedientes.
- ✓ Establecimiento de medidas específicas de protección para las víctimas de acoso.

Actualmente se está trabajando en el desarrollo de un curso de formación en prevención y tratamiento del acoso.

Por otra parte, a lo largo del ejercicio 2016 se ha firmado la renovación de los Planes de Igualdad de las empresas del Grupo que operan en el sector asegurador.

BENEFICIOS SOCIALES

Facilitamos a nuestro personal una serie de beneficios sociales entre los que destacan aquellos relacionados con el estudio, como los destinados a hijos de empleados que realizan cursos de formación profesional, bachillerato o universitarios. En este sentido, la Comisión Mixta de las Fundaciones César Rodríguez y Ramón Areces ha concedido durante el ejercicio 3.387 ayudas por valor de 3,33 millones de euros, con un incremento del 7% respecto al año anterior.

Asimismo, hay que señalar el seguro de vida colectivo que atiende indemnizaciones por fallecimiento e invalidez permanente absoluta.

La comunidad y el entorno

Somos una empresa comprometida con la sociedad y por ello mantenemos una relación de cercanía con las personas y con el entorno en el que se instalan nuestros centros comerciales. Nos sentimos plenamente integrados y vinculados a la sociedad que nos rodea; ese ha sido y es uno de los objetivos del Grupo El Corte Inglés en nuestros más de 75 años de historia.

Participamos en numerosas actividades de carácter cultural, educativo, deportivo, medioambiental y social. Y tenemos una estrecha relación con numerosos grupos de interés, agentes y organizaciones sociales, desde las grandes agrupaciones empresariales o los sindicatos, a asociaciones de consumidores, organizaciones no gubernamentales, medios de comunicación y todo tipo de instituciones y colectivos sociales.



Deportistas paralímpicos del programa ADOP

NUESTRA RELACIÓN CON LAS INSTITUCIONES

Formamos parte del tejido empresarial y participamos de forma activa en instituciones como las Cámaras de Comercio, o la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) donde tenemos representación en los órganos de gobierno y comisiones de trabajo. También estamos presentes en la Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC) formando parte de su consejo directivo y con presencia en los comités de las distintas áreas de actividad que desarrolla. Asimismo, participamos en organizaciones sectoriales de nuestro ámbito de actuación, como son la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED), la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales (AECC) y la Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados (ACES), entre otras.

Asimismo, estamos integrados en asociaciones regionales y locales que trabajan para mejorar la situación económica, el empleo y las condiciones de vida en todas las ciudades en las que estamos presentes.

En el ámbito internacional, formamos parte de organismos como EuroCommerce, que representa a todo el comercio ante la Unión Europea; el European Retail Round Table (ERRT), foro de encuentro de las grandes empresas de distribución europeas, y la Asociación Internacional de Grandes Almacenes (IADS).

En el ámbito de la responsabilidad social empresarial, estamos implicados en el desarrollo del Plan Nacional de Empresas y Derechos Humanos; formamos parte del Consejo Estatal de RSE; tenemos una participación activa en la Comisión de Responsabilidad Social de la CEOE y de la CEIM-Cámara de Comercio de Madrid,

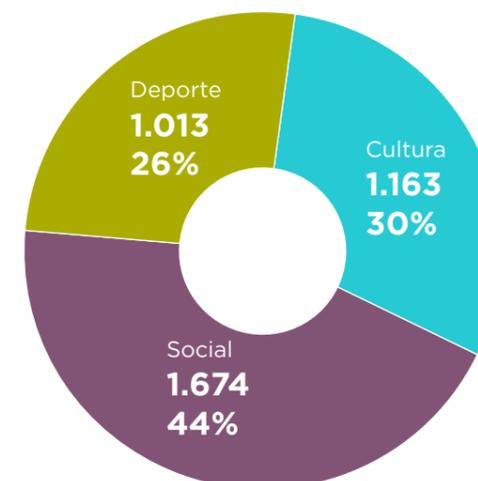
y en la Red Española del Pacto Mundial. También estamos presentes en el Comité de RSE de la AEC (Asociación Española para la Calidad) y en la Presidencia del Comité de Dirección de Business Social Compliance Initiative (BSCI), entre otros.

A través de estas plataformas, fomentamos la protección de los derechos humanos fundamentales, apoyando un enfoque positivo y voluntario que se centre en la promoción y difusión de los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos de la ONU.

NUESTRA VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

Nuestra condición de empresa vinculada con la sociedad nos lleva a apoyar numerosas actividades locales, regionales, nacionales e internacionales, que afianzan nuestra relación de cercanía con el entorno. Durante el ejercicio 2016 se han realizado un total de 3.850 actividades relacionadas con la cultura, el deporte y la acción social. El objetivo de esta última es favorecer a los colectivos más necesitados, así como impulsar proyectos de diversa índole y en consonancia con nuestras líneas maestras en acción social: protección a la infancia y juventud; salud y bienestar, y sostenibilidad.

Actividades realizadas en 2016



Cultura

Creemos que el apoyo a la cultura contribuye al desarrollo de la sociedad; por ello desde nuestros orígenes hemos impulsado diversas iniciativas relacionadas con la literatura, el teatro, la música, el arte, el cine, la fotografía o la historia. Además de las numerosas actividades que se desarrollan en nuestros centros comerciales, colaboramos con instituciones 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 –Baluarte– en Pamplona, el Museu d'Art Modern i Contemporani Es Baluard de Palma de Mallorca, la Academia de Bellas Artes de San Carlos en Valencia, etc. También apoyamos, entre otros, el Festival PHotoESPAÑA y la Feria Internacional de Arte Contemporáneo de Madrid (ARCO) con la que hacemos coincidir las intervenciones artísticas que exhibimos en nuestros escaparates de El Corte Inglés de Preciados.

Deporte

Apoyamos, entre otros, el deporte porque comparte algunos de nuestros valores como son el trabajo en equipo, la convivencia entre las personas y el espíritu de superación personal. Durante el ejercicio 2016 hemos patrocinado los planes ADO y ADOP para deportistas olímpicos y paralímpicos, pero también organizamos actividades de base en numerosas disciplinas como las carreras populares o torneos de diversa índole, algunos de ellos de carácter social. En 2016 hemos impulsado el Circuito de *Running* que pretende fomentar hábitos de vida saludable y el trabajo en equipo; aunque es un circuito orientado principalmente a los jóvenes universitarios, está abierto al público en general.

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.

Acción Social

Nuestra sensibilidad hacia las personas que atraviesan situaciones de especial dificultad, nos lleva a canalizar gran parte de nuestros recursos hacia iniciativas de carácter social y solidario. Entre las acciones de carácter social realizadas en el ejercicio 2016, caben destacar las siguientes:

- **Colaboración con la Asociación Española Contra el Cáncer**, a quien apoyamos de forma constante a través numerosas iniciativas con el objetivo de recaudar fondos y dar a conocer los fines de la asociación. Además, desde 2015 ampliamos nuestra colaboración con una serie de acciones especiales encaminadas a sensibilizar y luchar contra el cáncer de mama, lo que ha culminado con la financiación de un proyecto de investigación a cinco años sobre el cáncer de mama hereditario que tiene lugar en el Vall d'Hebron Instituto de Oncología (Barcelona), con el objetivo de desarrollar nuevos tratamientos terapéuticos más efectivos. Para apoyar este proyecto, las fachadas de nuestros centros más emblemáticos se iluminaron de rosa durante el Día Internacional Contra el Cáncer de Mama, nuestros empleados portaron de forma voluntaria lazos rosas, y la mayoría de las empresas del Grupo organizaron acciones ex profeso: El Corte Inglés, Hipercor, Viajes El Corte Inglés, Óptica 2000, Seguros... También se sumaron algunas de las firmas más prestigiosas de moda, lencería y corsetería, complementos, cosmética y juguetes donando parte de la venta a la lucha contra el cáncer.

- **Relación permanente con UNICEF**, tanto a través de los productos de la ONG que vendemos en nuestros centros, como con la campaña *Juguetes Solidarios* por la que, además de ofrecer en Navidad precios muy rebajados, se dona una parte de la venta a proyectos por la infancia. A ello hay que añadir las acciones puntuales que realizamos en situaciones de emergencia y catástrofes naturales donde también contamos con el apoyo de nuestros empleados y clientes.



- **Campaña *Un juguete, una ilusión***, es una acción solidaria pilotada por Radio Nacional de España y la Fundación Crecer Jugando, que nace con el objetivo de enviar juguetes a países con escasos recursos y a diversas ONG que trabajan en proyectos de cooperación y atención a la infancia. El Corte Inglés colabora en este proyecto con la venta del *bolígrafo solidario*, cuya recaudación va íntegra a la Fundación Crecer Jugando.

- **Apoyo a los Bancos de Alimentos**. Un total de 272 establecimientos del Grupo El Corte Inglés participaron en noviembre de 2016 en la Gran Recogida en favor de los Bancos de Alimentos. En conjunto se aportaron un millón de kilos gracias a las donaciones realizadas por la propia empresa y a las aportaciones tanto de clientes como de empleados en los diferentes centros de El Corte Inglés, Hipercor, Supercor y Supercor Exprés. Esta acción complementa otras *Operaciones Kilo* que se realizan a lo largo del año en diversas ciudades de España y que se enmarcan en el convenio de colaboración permanente firmado por El Corte Inglés y la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL).

Por otra parte, diferentes empresas del Grupo colaboran con instituciones y ONG afines a su tipo de negocio. Por ejemplo, **Óptica 2000** participa en proyectos de cooperación y ayuda a los más necesitados mediante revisiones gratuitas y prescripción de gafas sin cargo. En este sentido, mantiene acuerdos con diversas ONG para prestar asistencia integral visual a personas con pocos recursos económicos. En 2016 ha colaborado con organizaciones como TriniJove de Barcelona, Un Somriure per Txernòbil de Mallorca, Solidariedade Galega de A Coruña, el Centre Universitari de la Visió de la UPC, y la Facultad de Óptica y Optometría de la Universidad Complutense de Madrid, entre otras.

Lugar de encuentro de cultura y ocio

Nuestros centros comerciales son también un lugar de encuentro para la cultura y el ocio. De hecho, durante el pasado ejercicio organizaron alrededor de 3.000 actos culturales entre presentaciones de libros, conciertos, firmas de discos, cursos temáticos, talleres, seminarios, exposiciones y conferencias. Ámbito Cultural, la promotora cultural del Grupo El Corte Inglés, cuenta con 22 salas dedicadas a este fin. Asimismo, promueve una serie de premios y galardones culturales entre los que destaca el Premio Primavera de Novela que en su última edición le ha correspondido a la escritora Carne Chaparro por *No soy un monstruo*.

El mundo infantil, a través del proyecto *Pitifulú*, también cuenta con su propio programa de actividades. En conjunto, unas 5.000 animaciones y espectáculos en todos los centros de El Corte Inglés. Los niños de entre 3 y 10 años pueden encontrar actividades culturales y educativas adaptadas a su edad, desde cuentacuentos o magia, a talleres de robótica, escultura, laboratorio de pintura, cocina, escuela de baile, maquillaje creativo, etc.

Acción de voluntariado en el partido *Corazón Classic Match*



SOLIDARIDAD EN COMÚN

Nuestra colaboración con la sociedad es amplia y notoria, pero de todas las actividades que llevamos a cabo, nos enorgullecen especialmente aquellas que desarrollamos de forma conjunta con nuestros empleados quienes apoyan de forma voluntaria y solidaria las distintas campañas puestas en marcha por la compañía.

Voluntariado y solidaridad se unen en acciones como la que desarrollamos con motivo del *Día Internacional contra la Violencia de Género*, cuando más de 50.000 empleados de El Corte Inglés pusieron cara al compromiso de la empresa con esta causa, luciendo durante todo el día chapas con el lema *Hay salida a la violencia de género*. Con esta iniciativa, la empresa y sus empleados manifestaban su sensibilidad y apoyo a las personas que han sido víctimas de la violencia de género. En este sentido, el Grupo El Corte Inglés mantiene una política de colaboración tanto con instituciones públicas como privadas.

También se han llevado a cabo diversas acciones de voluntariado en recogidas organizadas con Bancos de Alimentos, especialmente la que se celebra antes de la campaña de Navidad a nivel nacional. Numerosos empleados trabajaron de forma totalmente desinteresada donando productos, entregando bolsas a los clientes, recogiendo mercancía, ordenando y clasificando los productos, etc.

Otra de las iniciativas más recientes es la que se ha desarrollado en junio de 2017 cuando voluntarios de El Corte Inglés se comprometieron a recoger y acompañar a niños con síndrome de Down al partido *Corazón Classic Match* que cada año se celebra en el Estadio Santiago Bernabéu con fines solidarios. Las ganas e ilusión que hemos encontrado entre los empleados de El Corte Inglés para colaborar en este tipo de iniciativas nos anima a seguir impulsando acciones de voluntariado.

Agrupación social y cultural

La asociación Grupo de Empresas El Corte Inglés (GECI) es una entidad independiente creada por iniciativa de un grupo de empleados con carácter recreativo, sociocultural y deportivo que tiene como objetivo fomentar la convivencia entre todos los empleados del Grupo. En la actualidad cuenta con 12.550 socios y más de 62.700 beneficiarios que participan en las actividades culturales, sociales y deportivas que desarrollan a lo largo del año.

Sin embargo, es la actuación solidaria la que absorbe la mayor parte de la cuota de los socios. En 2016 destaca la colaboración con la Fundación Ana Carolina Díez Mahou sobre enfermedades mitocondriales, así como la relación permanente que mantiene con UNICEF mediante la donación de cantidades recaudadas en los diferentes eventos que organiza la asociación.

Además y en relación con la infancia, colabora con el Instituto Madrileño de la Familia y el Menor proporcionando juguetes y material educativo, la Fundación Red Madrid y la Fundación Juan XXIII. Asimismo, suministra más de 500 comidas semanales a comedores sociales para personas en riesgo de exclusión social.

También apoya a otras organizaciones que desarrollan su trabajo en distintos ámbitos de la cooperación internacional, como la ONG Ambessa, que recibió lo recaudado en el Torneo Benéfico de Pádel para financiar su labor en los campos de refugiados; Cáritas, a quien se aportaron fondos para la realización de cinco pozos de agua en la región de Shodo (Mali), y la ONG Esperanza Naciente a quien se entregaron tejidos para la elaboración de prendas en la región angoleña de Luanda.



Fundación Ramón Areces

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

social, damos testimonio de su actividad dentro de este Informe Anual.

En la web www.fundacionareces.es se puede encontrar tanto la Memoria de la Fundación como otra información relevante o de interés general.

La Fundación edita su propia Memoria de Actividades, si bien, por su estrecha vinculación con El Corte Inglés y su importante proyección





El Corte Inglés

© 2017 El Corte Inglés, S.A.
Hermosilla, 112.
28009 Madrid

www.elcorteingles.es