



## Informe Anual 2007

**Informe Anual del Ejercicio 2007** que el Consejo de Administración de El Corte Inglés, S.A. somete a la aprobación de la Junta General de Accionistas, convocada para el día 31 de agosto de 2008.

Informe Anual 2007

El Corte Inglés

# Índice

## Presentación

---

Cifras más significativas del Grupo Consolidado	7
Consejo de Administración	9
Informe del Presidente	11

## Parte I

Informe de actividad de El Corte Inglés y su grupo empresarial	15
---	----

---

## Información económico-financiera

<b>Entorno económico</b>	<b>18</b>
<b>Estados consolidados</b>	<b>20</b>
<b>Análisis de resultados</b>	<b>21</b>
Cifra de negocios	21
Beneficio consolidado	22
<b>Otras magnitudes financieras</b>	<b>24</b>
<b>Comentario por líneas de negocio</b>	<b>28</b>
Grandes almacenes El Corte Inglés	28
Hipermercados Hipercor	34
Bricolaje Bricor	38
Agencia de viajes	40
Supermercados Supercor	42
Tiendas de conveniencia Opencor	44
Sfera	46
Óptica 2000	48
Tecnologías de la información y las comunicaciones	50
Correduría de seguros	54
Compañía de seguros	55
Financiera	56

## Responsabilidad Social Empresarial

<b>El Cliente</b>	<b>62</b>
<b>Nuestro capital humano</b>	<b>68</b>
<b>Los Proveedores</b>	<b>78</b>
<b>Medio ambiente</b>	<b>82</b>
<b>Integración en la sociedad</b>	<b>90</b>
<b>Fundación Ramón Areces</b>	<b>100</b>
<b>Aportación a la Renta Nacional</b>	<b>102</b>

## Parte II

### Documentación legal 105

---

#### Grupo Consolidado El Corte Inglés 107

<b>Informe de los auditores independientes</b> .....	<b>109</b>
<b>Cuentas anuales consolidadas del ejercicio 2007</b> .....	<b>110</b>
Balances de situación consolidados .....	110
Cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas .....	112
Memoria consolidada correspondiente al ejercicio anual terminado el 29 de febrero de 2008 .....	114
<b>Informe de Gestión Consolidado del ejercicio 2007</b> .....	<b>144</b>

#### El Corte Inglés, S.A. 147

<b>Informe de los auditores independientes</b> .....	<b>149</b>
<b>Cuentas anuales del ejercicio 2007</b> .....	<b>150</b>
Balances de situación de El Corte Inglés, S.A. ....	150
Cuentas de pérdidas y ganancias de El Corte Inglés, S.A. ....	152
Memoria correspondiente al ejercicio anual terminado el 29 de febrero de 2008 .....	154
<b>Informe de Gestión del ejercicio 2007</b> .....	<b>182</b>
<b>Propuesta de distribución de resultados</b> .....	<b>184</b>

#### Certificación 187



# Cifras más significativas del Grupo Consolidado

	EJERCICIO 2007	EJERCICIO 2006
Capital social	473,34	459,82
Fondos propios	7.800,94	7.149,03
Cifra de negocios	17.897,98	17.092,74
Beneficio bruto de explotación ( <i>EBITDA</i> )	1.443,55	1.412,64
Beneficio de explotación ( <i>EBIT</i> )	890,18	916,28
Beneficio antes de impuestos	971,48	947,81
Beneficio atribuido a la sociedad dominante	747,59	711,04
<i>Cash flow</i>	1.298,46	1.233,04
Inversiones	1.637,93	1.642,14

Importes en millones de euros.



# Consejo de Administración

---

## Presidente

Excmo. Sr. D. Isidoro Álvarez Álvarez

## Consejeros

D. José Antonio García Miranda

D. Manuel Gómez-Pastrana Morales

D. Juan Hermoso Armada

D. Florencio Lasaga Munárriz

D. Carlos Martínez Echavarría

D. Miguel Martínez Íñiguez

Corporación Ceslar, S.L.,  
*representada por D<sup>a</sup>. Carlota Areces Galán*

INGONDEL, S.L.,  
*representada por D. Juan Carlos González Delgado*

## Consejero-Secretario

D. Juan Manuel de Mingo y Contreras



# Informe del Presidente



## SEÑORAS Y SEÑORES ACCIONISTAS:

En nombre del Consejo de Administración, agradezco su asistencia a esta Junta General, que analizará la actividad, las cuentas y la gestión del Grupo Consolidado El Corte Inglés durante el ejercicio 2007-2008, cerrado el 29 de febrero.

Les saludo en su doble condición de accionistas y trabajadores de las empresas del Grupo y, al presentar este balance, les agradezco a cada uno de ustedes y a todo el personal su dedicación a lo largo del año.

Gracias a esa dedicación y a los programas de expansión, diversificación e innovación, el Grupo El Corte Inglés ha registrado un nuevo período de crecimiento. Hoy dispone de más y mejores centros comerciales, de más superficie de venta, de más tiendas especializadas, de más instalaciones en más lugares de España, y hemos avanzado en uno de los objetivos propuestos: nuestros productos y servicios se han acercado a un mayor número de ciudadanos.

En cuanto a los resultados, prácticamente todas las líneas de actividad han aumentado sus ventas. Nuestros formatos disfrutan de un creciente nivel de confianza del consumidor, con un alto grado de fidelidad de nuestros clientes. Y sus condiciones de rentabilidad, solvencia y fortaleza nos permiten afrontar las nuevas circunstancias del mercado desde una posición de solidez.

Los datos más relevantes del ejercicio, que ustedes pueden encontrar detallados en la Memoria que les ha sido entregada, son los siguientes:

- La cifra total de negocios del Grupo Consolidado ha ascendido a 17.897,98 millones de euros, que supone un incremento del 4,7% respecto al ejercicio 2006-2007.
- El beneficio atribuido a la sociedad dominante se elevó a 747,59 millones de euros, con un crecimiento del 5,1%.
- El formato de mayor aportación, tanto en volumen de ventas como en beneficio, ha sido el de Grandes Almacenes. La cifra de negocios de El Corte Inglés, en España y Portugal, se situó en 10.135 millones de euros, con un incremento del 4,6% sobre el año precedente y el beneficio alcanzó los 481,27 millones, con un aumento del 3,6%.

Otros datos de interés del ejercicio son:

- Los fondos propios suman 7.800,94 millones de euros, con un aumento de 651,91 millones sobre el ejercicio precedente.
- El *cash flow* ha pasado de 1.233,04 millones de euros el año 2006 a 1.298,46 millones en 2007.
- Se han creado 4.800 puestos de trabajo, que sitúan la plantilla total en 109.800 personas.
- Y, finalmente, las inversiones en activos materiales han ascendido a 1.493 millones de euros.

Este esfuerzo inversor ha estado orientado a los siguientes fines: construcción de nuevos centros, reforma para actualización y mejora de los ya existentes, y dotación de nuevas instalaciones al conjunto de nuevos negocios del Grupo que, como veremos, han experimentado un notable crecimiento.

Respecto a los nuevos centros comerciales, durante este ejercicio se han abierto cinco: Talavera de la Reina,

en la provincia de Toledo; Arroyosur, en Leganés (Madrid); Elche, en la provincia de Alicante; Ferial Plaza en Guadalajara, y Jaén. Estas instalaciones se encuentran en pleno proceso de maduración, con lo cual su aportación al volumen de ventas y beneficios del Grupo todavía no es significativa.

Ya dentro del año 2008 se inauguró El Corte Inglés de Albacete y se abrió una nueva tienda en el centro comercial Buenavista de Oviedo. Y me complace comunicarles que han comenzado las obras de los centros de Salamanca, de El Ejido (Almería), Murcia (en el Polígono El Tiro), Eibar (Guipúzcoa), Tarragona y Córdoba. Respecto a Portugal, en breve se comenzará a construir un nuevo centro en el área de Cascais.

De forma paralela, el confort del cliente, la acomodación a sus nuevas necesidades, el proceso de especialización y la mejora de los espacios de venta nos conducen a obras de actualización y reforma, total o parcial, de los centros existentes. Merecen especial mención las efectuadas en Valencia, tanto en el centro de Pintor Sorolla como las que se están realizando en el centro comercial de Ademuz; estas últimas van a suponer la remodelación total del edificio, tanto de Hipercor como de El Corte Inglés.

Asimismo son de destacar las obras que se llevan a cabo en Sevilla sobre la base del antiguo Hipercor, que se ha remodelado en su totalidad y se está construyendo junto a él un gran almacén de El Corte Inglés. Todo este nuevo conjunto constituirá el nuevo centro comercial Sevilla Este, dotado de un nuevo aparcamiento subterráneo de 1.488 plazas.

Otras importantes reformas han sido las efectuadas en los centros de El Corte Inglés de Plaza del Duque, en Sevilla; Genil, en Granada; Diagonal, en Barcelona; Málaga, Vigo, Valladolid y León.

El tercer gran apartado del esfuerzo inversor se destina al crecimiento del resto de los negocios, que este ejercicio han recibido un notable impulso: se han abierto 33 delegaciones de Viajes El Corte Inglés; 18 Opencor; 15 tiendas Sfera; 12 Telecor; 8 Supercor; 5 Óptica 2000 y 6 *outlets* de El Corte Inglés.

Durante este ejercicio se ha procedido a la apertura del segundo Bricor en el centro de Arroyosur, en Madrid. Como apuntábamos hace un año al comentar la inauguración de la tienda de Alcalá de Henares, la favorable acogida del público y las perspectivas de negocio siguen aconsejando abrir nuevos establecimientos de bricolaje.

Todas estas actuaciones se han efectuado buscando la eficiencia energética y el ahorro de recursos, con instalaciones de tratamiento de residuos, como parte del programa general de contribución a la calidad del medio ambiente.

Por otra parte, se puede considerar consolidado el comercio electrónico, en el que El Corte Inglés es ya un referente obligado. Durante el ejercicio, nuestra web mantuvo un importante ritmo de crecimiento, con más de 65 millones de visitas anuales y más de 2,1 millones de clientes registrados.

Y permítanme cerrar este repaso con una mirada a nuestro capital humano. Durante 2007, El Corte Inglés ha seguido creando empleo estable, de calidad y joven, como demuestra la edad media de la plantilla, de 35 años. Ha sido pionero en la firma del Plan de Igualdad, con apoyo unánime de todos los sindicatos. Se ha cuidado de forma especial e intensa la formación del personal, con un total de 9.600 cursos y más de dos millones de horas lectivas, orientados a facilitar su especialización y competencia profesional. Se ha promocionado al 2,4% de la plantilla (2.604 empleados) a puestos de responsabilidad superior. Y se mantiene un alto grado de fidelidad a la empresa, con una antigüedad media de 10 años.

Señoras y señores accionistas:

Las cifras que hoy presentamos son motivo de satisfacción, por cuanto significan de crecimiento, diversificación e implantación en nuevos lugares de la geografía española. Demuestran la vitalidad de nuestro Grupo.

Son también satisfactorias en cuanto a resultados de actividad, porque el conjunto del Grupo Consolidado ha crecido en ventas y en beneficios.

Y lo ha hecho en un entorno de la economía en proceso de desaceleración, con un crecimiento general del 3,8% y un descenso del consumo final de los hogares, cuyo ritmo de crecimiento ha pasado de tasas del 3,5% en el primer trimestre al 2,7% en la fase final de 2007.

Ahora se abre ante nosotros y ante todo el sector de la distribución un horizonte complejo, cuyas principales características previsibles serán una menor aportación de la demanda interna a la economía y la continuidad de la desaceleración del consumo doméstico.

Ante esos desafíos, El Corte Inglés tiene que hacer valer, en primer lugar, los principios que le han dado el liderazgo del mercado español y que constituyen la base de la confianza y de la plena satisfacción del consumidor: calidad óptima, servicio impecable, surtido completo, especialización de sus áreas de venta y de sus profesionales, y garantía total.

En segundo lugar, reafirmar nuestra apuesta por los grandes almacenes, formato que sigue aportando al Grupo el mayor crecimiento en volumen de negocio y beneficio. El gran almacén de El Corte Inglés es la mejor respuesta a las demandas del consumidor por su atención personalizada, la amplitud de sus instalaciones, su paulatina orientación a convertir cada departamento en una tienda especializada y la seguridad de que dispone de la mejor oferta de establecimientos similares de Europa. Apostar por el gran almacén completo, competitivo y con el signo de distinción del trato personalizado, es apostar por una gran realidad presente y una gran posibilidad de desarrollo.

Y en tercer lugar, continuar nuestros programas de expansión, diversificación y mejora. Abriremos nuevos centros. Ampliaremos los existentes en busca de espacio para la especialización, porque queremos ser cada día más especialistas. Llevaremos al mayor número de ciudades de España cada uno de nuestros formatos. Seguiremos incorporando las marcas de mayor prestigio y mejorando los surtidos.

Todo, con la finalidad de ofrecer a los 649 millones de personas que han visitado nuestros centros durante este ejercicio un comercio de calidad; con servicios

personalizados y garantizados; con eficacia en la solución de sus necesidades de consumo, y con una inmejorable relación calidad-precio que hace a nuestros productos altamente competitivos.

Termino estas palabras con una expresión de gratitud a nuestros miles de proveedores; a nuestros equipos profesionales, por su dedicación; y, de forma singular y expresa, a nuestros clientes, por la confianza que nos renuevan cada día y por el índice de fidelidad que demuestra, por ejemplo, la posesión de nuestra tarjeta de compra, que en este período ha alcanzado la cifra de 10,2 millones de usuarios.

A ustedes, señoras y señores accionistas, en su calidad de trabajadores y directivos del Grupo, les invito a liderar el nuevo tiempo, con nuevos esfuerzos para mejorar la gestión de nuestra empresa, en busca de la rentabilidad y la eficacia; para mejorar nuestro servicio, de acuerdo con nuestra vocación de profesionales del comercio; para poner en práctica en cada acción de venta las señas de identidad de nuestra marca; y para conseguir un año más que El Corte Inglés siga siendo, en cada centro y cada tienda, sinónimo de confianza y garantía.

Les expreso mi reconocimiento anticipado por su disposición. Solo me resta solicitar de ustedes la aprobación de la Gestión del Consejo y las Cuentas Anuales del Ejercicio 2007-2008.

Muchas gracias.



**Isidoro Álvarez Álvarez**



# Parte I

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

---

Información económico-financiera	17
Responsabilidad Social Empresarial	59



Centro Comercial Ciudad de Elche (Alicante)

# Información económico-financiera

---

Entorno económico	18
Estados consolidados	20
Análisis de resultados	21
Otras magnitudes financieras	24
Comentario por líneas de negocio	28

## Entorno económico

En el año 2007 la actividad económica española inició un proceso de desaceleración gradual para cerrar el ejercicio con una tasa de incremento anual del PIB del 3,8%, superando, no obstante, el promedio de la UE.

En este período, tuvo lugar un ajuste en las fuentes de crecimiento de nuestra economía, ya que la moderación de la demanda interior, en especial del consumo de los hogares y de la inversión en construcción, se vio compensada por una ligera mejora de la balanza comercial exterior.

Respecto a los precios, se produjo un aumento de la inflación para terminar el año con una tasa del 4,2%, la más elevada desde 1995, al mismo tiempo que nuestro diferencial con la zona euro se ampliaba.

En relación al consumo de los hogares, la evolución seguida a lo largo del ejercicio, refleja la paulatina pérdida de confianza de los consumidores españoles, en especial en la segunda parte del mismo. El ritmo de crecimiento de esta variable pasó del 3,5% en el primer trimestre al 2,7% en la fase final de 2007.

El alza del precio del petróleo, de los alimentos y de otras materias primas, así como, el endurecimiento de las condiciones financieras, el incremento de los tipos de interés, el elevado endeudamiento de los hogares, y el crecimiento del desempleo han estado en el origen de una notable reducción de la renta disponible de los hogares y del consumo de las familias.



Como consecuencia, las ventas del comercio detallista español crecieron menos que en el ejercicio precedente, con significativas diferencias entre la primera y segunda parte del año y con comportamientos muy diversos según los distintos formatos y líneas de artículos.

El año 2007 ha sido intenso para nuestra distribución, destacando de forma especial el imparable proceso de concentración que se está llevando a cabo en la misma. Tanto las áreas de la alimentación, como del cuidado personal y del equipamiento del hogar, entre otras, se han visto sometidas a esta dinámica. Las fusiones, compras, cambios de titularidad y desinversiones, han caracterizado las operaciones empresariales que están teniendo lugar en el comercio.

Respecto a 2008, el entorno económico no se encuentra exento de dificultades, ya que continúa la inestabilidad de los mercados financieros, el elevado precio del petróleo y el ajuste inmobiliario y de otros sectores. Ante esta situación, los principales organismos nacionales e internacionales han ido reiteradamente revisando a la baja las previsiones de crecimiento de la actividad nacional, así como, de los distintos componentes de la misma. En la actualidad, parece existir un cierto consenso en adelantar que la cifra esperada de evolución del PIB para el conjunto del año se sitúe en el entorno del 1,5%.

Esta coyuntura tendrá su incidencia sobre nuestro sistema distributivo, previéndose un 2008 con muchas dificultades. Así parecen confirmarlo los datos oficiales disponibles y el comportamiento del consumo durante el primer semestre del año.

A la esperada reducción de la tasa de crecimiento del consumo de los hogares, hay que añadir la intensificación de la competencia comercial y de los planes de expansión y de concentración de los principales operadores, con el objetivo de incrementar sus niveles de cobertura geográfica y sus cuotas de mercado.

En definitiva, la distribución española tendrá que hacer frente a nuevos desafíos, que pondrán a prueba la capacidad de respuesta, de adaptación y de innovación del sector, en un entorno económico poco propicio para un desarrollo sostenido de la actividad.

# Estados consolidados

Los estados consolidados de balances de situación y cuentas de pérdidas y ganancias, correspondientes a los ejercicios 2007 y 2006, se presentan en la Parte II “Documentación legal” de este informe, dentro del apartado Grupo Consolidado El Corte Inglés.

En lo que se refiere al balance de situación consolidado del ejercicio 2007, la variación más significativa con respecto al ejercicio anterior se encuentra en la partida de Inmovilizado, que experimenta un aumento de más de 1.100 millones de euros, resultante, principalmente, de las inversiones realizadas por las empresas del Grupo para la apertura de nuevos establecimientos comerciales, y entre las que se destaca la inauguración de cinco centros comerciales.

## El beneficio atribuido a la sociedad dominante fue de 747,59 millones de euros, con un incremento del 5,1% sobre el año anterior

Los fondos propios del Grupo Consolidado, al cierre del ejercicio 2007, se sitúan en 7.800,94 millones de euros, 652 millones más que el ejercicio precedente, e incluyen el resultado consolidado atribuible a El Corte Inglés como sociedad dominante. La cobertura que representan sobre el activo fijo es del 71%.

En cuanto a la cuenta de resultados consolidada del ejercicio 2007 se destacan las siguientes magnitudes:

- La cifra de negocios alcanzó los 17.897,98 millones de euros, lo que representa un aumento del 4,7% sobre el ejercicio anterior.
- Los costes y gastos operativos se situaron en 16.984,91 millones de euros, un 5,1% más que en el ejercicio precedente, como consecuencia, principalmente, de las nuevas aperturas comerciales y del esfuerzo para la mejora continua del servicio a nuestros clientes.
- El beneficio atribuido a la sociedad dominante fue de 747,59 millones de euros, con un incremento del 5,1% sobre el año anterior.

# Análisis de resultados

En este apartado se expone el análisis de la cifra de negocios y del beneficio consolidado conforme a la aportación realizada por cada una de las sociedades que componen el Grupo, agrupadas por líneas de actividad.

## Cifra de negocios

<b>FORMATO</b>	<b>% PARTICIPACIÓN</b>	<b>EJERCICIO 2007</b>	<b>EJERCICIO 2006</b>	<b>% VAR. 07/06</b>
Grandes almacenes El Corte Inglés	56,6	10.134,97	9.690,56	4,6
Hipermercados Hipercor	18,7	3.346,83	3.427,22	(2,4)
Bricolaje Bricor	0,2	34,84	6,06	(*)
Agencia de viajes	12,5	2.243,53	2.001,19	12,1
Supermercados Supercor	2,3	403,09	375,99	7,2
Tiendas de conveniencia Opencor	2,2	400,35	353,99	13,1
Sfera	0,8	144,61	103,80	39,3
Óptica 2000	0,5	82,87	77,10	7,5
Tecnologías de la información y las comunicaciones	5,3	948,36	915,20	3,6
Correduría de seguros	0,3	45,27	39,93	13,4
Otras líneas de negocio	0,6	113,26	101,70	11,4
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>17.897,98</b>	<b>17.092,74</b>	<b>4,7</b>

Importes en millones de euros

Nota (\*): Variación no representativa.

Los importes reflejados de cifra de negocios para cada formato integran los ajustes y eliminaciones de consolidación realizados, por lo que dichos importes pueden no ser coincidentes con los publicados por las sociedades mercantiles que conforman el Grupo Consolidado, en sus respectivas cuentas anuales del ejercicio 2007.

Asimismo, cabe comentar que la cifra de negocios consolidada no incluye los ingresos correspondientes a las actividades de las sociedades Seguros El Corte Inglés, Vida, Pensiones y Reaseguros, S.A. y Financiera El Corte Inglés E.F.C., S.A., que consolidan mediante el procedimiento de “puesta en equivalencia”.

El formato grandes almacenes sigue siendo el de mayor peso dentro del negocio del Grupo (56,6%), manteniendo una firmeza en los mercados español y portugués que le ha permitido crecer un 4,6% en el presente ejercicio.

# 17.898

**MILLONES DE EUROS**  
Cifra de negocios en el ejercicio 2007

# 4,7 %

**DE INCREMENTO SOBRE EL AÑO ANTERIOR**

La segunda línea de negocio por volumen de participación, hipermercados Hipercor, experimenta un descenso de un 2,4 % en su facturación.

Agencia de viajes logra un incremento en las ventas del 12,1% sobre el año anterior, como resultado de su excelente posicionamiento en el mercado.

En cuanto a los formatos supermercados Supercor, tiendas de conveniencia Opencor y Sfera presentan en este ejercicio un aumento de sus cifras de negocios de un 7,2%, 13,1% y 39,3%, respectivamente, aunque

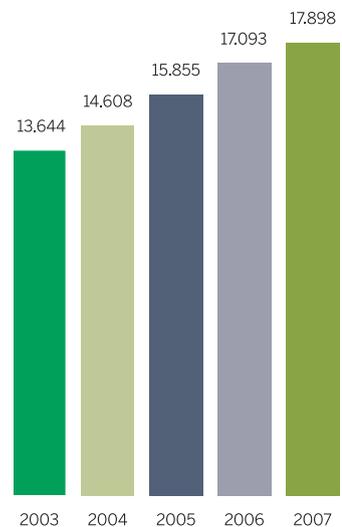
su peso específico en ventas dentro del Grupo sea todavía poco significativo.

Las sociedades del Grupo del sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones -Informática El Corte Inglés, Investrónica y Telecor- crecen en su conjunto un 3,6% respecto al ejercicio 2006.

Finalmente, respecto a bricolaje Bricor es de señalar que, debido a que el ejercicio 2006 registra solo la actividad de un Centro por un período de casi 3 meses, su tasa de variación 07/06 no es representativa.

La evolución de la cifra de negocios del Grupo Consolidado de los cinco últimos años se refleja en el siguiente gráfico:

**CIFRA DE NEGOCIOS**  
(Millones de euros)



## Beneficio consolidado

En el cuadro siguiente se muestra la aportación de las distintas líneas de negocio del Grupo al resultado consolidado:

<b>BENEFICIO CONSOLIDADO</b>	<b>%</b>	<b>EJERCICIO</b>	<b>EJERCICIO</b>	<b>% VAR.</b>
<b>FORMATO</b>	<b>PARTICIPACIÓN</b>	<b>2007</b>	<b>2006</b>	<b>07/06</b>
Grandes almacenes El Corte Inglés	50,0	481,27	464,37	3,6
Hipermercados Hipercor	16,3	156,83	162,99	(3,8)
Bricolaje Bricor	(0,4)	(3,40)	(0,25)	(*)
Agencia de viajes	6,1	58,46	50,17	16,5
Supermercados Supercor	(0,4)	(3,42)	1,37	(*)
Tiendas de conveniencia Opencor	0,5	4,53	3,77	20,2
Sfera	(1,4)	(13,21)	(1,59)	(*)
Óptica 2000	0,4	4,22	4,21	0,2
Tecnologías de la información y las comunicaciones	3,8	36,21	27,38	32,3
Correduría de seguros	1,7	16,55	14,23	16,3
Compañía de seguros	1,7	16,24	12,15	33,7
Financiera	2,0	18,90	18,61	1,6
Otras líneas de negocio	19,7	189,82	42,79	(*)
Ajustes y eliminaciones de consolidación	-	(218,27)	(87,84)	(*)
<b>BENEFICIO CONSOLIDADO</b>	<b>-</b>	<b>744,73</b>	<b>712,36</b>	<b>4,5</b>
<b>BENEFICIO ATRIBUIDO A SOCIOS EXTERNOS</b>	<b>-</b>	<b>(2,86)</b>	<b>1,32</b>	<b>(*)</b>
<b>BENEFICIO DEL EJERCICIO ATRIBUIDO A LA SOCIEDAD DOMINANTE</b>	<b>-</b>	<b>747,59</b>	<b>711,04</b>	<b>5,1</b>

Importes en millones de euros.

Nota (\*): Variación no representativa.

Al igual que en la cifra de negocios consolidada, el formato con mayor aportación al beneficio consolidado continúa siendo el de grandes almacenes, con un peso específico del 50%, y un crecimiento en este ejercicio del 3,6%.

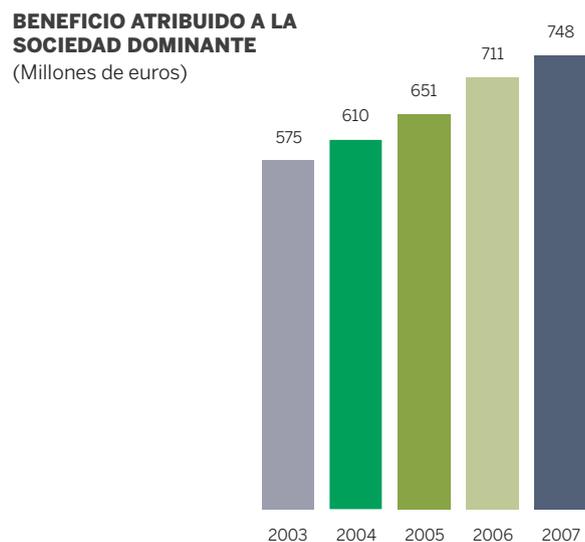
La línea de hipermercados Hipercor presenta una disminución del 3,8% en su beneficio.

Por su parte, el formato agencia de viajes obtiene una ganancia neta de 58,46 millones de euros, lo que supone un 16,5% más que en el ejercicio 2006.

Asimismo, cabe destacar que las sociedades del Grupo del sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones logran incrementar el beneficio, en su conjunto, un 32,3% con respecto al año anterior.

En cuanto a la compañía de seguros y la correduría de seguros, ambas líneas aumentan sus resultados en el presente ejercicio un 33,7% y 16,3%, respectivamente, si bien su aportación al beneficio consolidado es moderada.

La evolución del beneficio atribuido a la sociedad dominante en los últimos cinco ejercicios queda representada en el siguiente gráfico:



## Otras magnitudes financieras

### Fondos propios

Los fondos propios del Grupo Consolidado al cierre del ejercicio 2007 son los siguientes:

CONCEPTO	Millones de euros
Capital	473,34
Reservas	6.580,01
Bº atribuible a la sociedad dominante	747,59
<b>TOTAL</b>	<b>7.800,94</b>

El Consejo de Administración de El Corte Inglés, S.A. propone a la Junta General de Accionistas la siguiente distribución de beneficios:

CONCEPTO	Millones de euros
Dividendo a pagar	78,17
Reservas voluntarias	379,95
Reservas para inversiones en Canarias	15,00
<b>BENEFICIO</b>	<b>473,12</b>

De acuerdo con esta distribución, los fondos propios del Grupo Consolidado presentan la siguiente composición:

CONCEPTO	Millones de euros
Capital	473,34
Reservas	7.249,43
<b>TOTAL</b>	<b>7.722,77</b>

### Inversiones

El total de inversiones realizadas por el Grupo Consolidado fue de 1.637,93 millones de euros, con el siguiente desglose:

CONCEPTO	Millones de euros
Inmovilizaciones materiales	1.493,09
Inmovilizaciones inmateriales	102,86
Inmovilizaciones financieras	41,98

Las inversiones en activos materiales más significativas han sido las siguientes:

CONCEPTO	Millones de euros
Terrenos y construcciones	685,85
Maquinaria, instalaciones y utillaje	428,27
Mobiliario	164,37
Equipos para procesos de información	58,55
Inmovilizado material en curso	155,83

Al cierre del ejercicio, el inmovilizado en curso alcanzaba un importe de 538,92 millones de euros.

La mayor parte de estas inversiones se corresponden, por un lado, con las aperturas de nuevos establecimientos de las distintas líneas de negocio del Grupo y, por otro, con las obras de reforma y acondicionamiento realizadas en los ya existentes.

Durante el ejercicio 2007 se produjo la apertura al público de numerosos establecimientos del Grupo. Así, en mayo de 2007, se inauguró un centro comercial de El Corte Inglés en Talavera de la Reina

(Toledo); en octubre, el centro comercial Arroyosur, en Leganés (Madrid), donde El Corte Inglés, Hipercor y Bricor complementan simultáneamente su oferta; y en noviembre, se produjo la apertura del centro comercial El Corte Inglés en Jaén y las de los centros Ciudad de Elche y Ferial Plaza (Guadalajara) con oferta conjunta El Corte Inglés e Hipercor. Por su parte, Viajes El Corte Inglés abrió 33 delegaciones; Supercor inauguró 8 supermercados; Opencor, 18 tiendas; Sfera, 15 tiendas en España y 1 en Bélgica; Telecor, 12 establecimientos, y Óptica 2000, 5 tiendas, entre otras aperturas.

En lo que se refiere a la inversión realizada en sistemas de información, el esfuerzo continuado para mantener y mejorar la calidad de los servicios y de los sistemas de información del Grupo de empresas se ha visto refrendado por las certificaciones obtenidas a lo largo del ejercicio.

El Centro de Cálculo Corporativo ha obtenido la certificación UNE-ISO 20000, dirigida específicamente a garantizar la calidad de los

Servicios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Esta acreditación, otorgada por primera vez en España, premia el esfuerzo realizado en la promoción de más de 100 proyectos tanto de carácter metodológico como de mejora de los procedimientos de trabajo y del control de gestión.

Con este motivo, El Corte Inglés ha sido reconocido por la *Computerworld Technology Awards Foundation* con la distinción de "Laureate 2008", en la categoría de Negocios y Servicios de las Tecnologías de la Información.

También ha sido objeto de atención por parte de GS1, la organización mundial de estándares para el comercio, surgida de la convergencia entre dos entidades internacionales -la europea EAN y la norteamericana UPC-. GS1 está implantada en 150 países y agrupa 108 organizaciones nacionales, entre las que se encuentra la española AECOC. Sus estándares abarcan todos los aspectos de las relaciones comerciales, como los códigos de producto, la transmisión electrónica segura de



El Corte Inglés e Hipercor en el Centro Comercial Ferial Plaza (Guadalajara)

pedidos y facturas y la sincronización de datos entre fabricantes y comerciantes. Cada año, en su Asamblea General, concede tres premios a los proyectos que más contribuyen a la seguridad de las transacciones, al aumento de productividad con su consecuente ahorro de costes y a la eficiencia de la cadena de suministro. El 21 de mayo de 2008 concedió uno de los premios a AECOC por el proyecto de Factura Electrónica de El Corte Inglés, el socio de esta organización española que más ha impulsado el sistema de facturación electrónica, con 7 millones de facturas cruzadas con 6.000 proveedores en el ejercicio 2007.

En el marco del Plan Nacional de I+D+i, se han certificado un total de 18 proyectos de sistemas de información acreditando su naturaleza de I+D.

En el área de formación, continúa el esfuerzo para enriquecer la funcionalidad del sistema de formación a distancia mediante la aplicación de tests automatizados para evaluar el progreso de los alumnos. Fuera de las aulas, el concepto Aul@ECI se ha habilitado en el propio puesto de trabajo para Viajes El Corte Inglés, Seguros, Opencor y Central de Compras.

En los centros comerciales, con el objetivo de mantener el nivel óptimo de la plantilla, se han puesto en marcha nuevos sistemas para su planificación diaria, el control de presencia y la gestión de ausencias y turnos.

Se sigue generalizando el uso de dispositivos móviles en nuestros establecimientos. La preparación del pedido telefónico en los supermercados, así como el control del surtido, la reposición desde el almacén y la información de la venta ya se realizan en las tiendas Sfera utilizando esta tecnología. Paulatinamente, se extenderá a los grandes centros para su aplicación en las salas de autoservicio y en la localización de mercancía.

Ya está disponible en distintos centros el sistema de medios de pago con tarjetas chip asociadas al cada vez más extendido sistema EMV -Europay, MasterCard y Visa-. Su implantación continúa en

Portugal. Se mantiene la posibilidad de obtener y digitalizar la firma del cliente cuando se requiera.

En paralelo se ha iniciado la modernización del Sistema de Medios de Pago de Financiera El Corte Inglés, proyecto de largo alcance que permitirá integrar todas las funcionalidades necesarias -conexión con el Banco de España, otras tarjetas, contabilidad, gestión del riesgo y de impagados-, siguiendo las mejores prácticas de las entidades financieras de todo el mundo y de conformidad con la normativa internacional (Basilea II, etc.).

La renovación del Sistema de Gestión Comercial de Centro de Seguros y Servicios ha agilizado la comercialización de nuevos productos y enriquecido su oferta comercial, incorporando técnicas de *workflow* y conexión con los sistemas de los proveedores.

Continuamos la actualización y mejora de las páginas web del comercio electrónico de las empresas del Grupo. Un próximo paso será la llamada Web 2.0, que potencia en gran medida la relación con el cliente.

Se ha iniciado un proyecto para normalizar la planificación de la compra e integrarla con el plan de surtido, apoyado en estándares de mercado y en las mejores prácticas del mismo.

## Recursos generados

Los recursos procedentes de las operaciones han ascendido a 1.288,47 millones de euros, según se refleja en el cuadro de financiación de la memoria consolidada adjunta. Dichos recursos se han materializado, principalmente, en las inversiones de inmovilizado.



## Comentario por líneas de negocio

# 10.134,97

**MILLONES DE EUROS**

Cifra de negocios en el ejercicio 2007

De acuerdo con las líneas de actividad y formatos comerciales existentes en la actualidad en el Grupo, se expone a continuación un comentario sobre la evolución del negocio durante el ejercicio 2007.

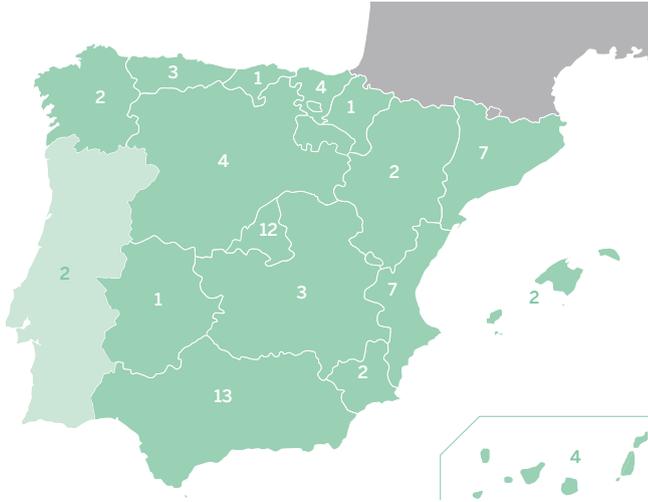
### **Grandes almacenes El Corte Inglés**

La actividad de grandes almacenes es la que mayor peso específico tiene dentro del Grupo, ya que representa el 56,6% del volumen total de ventas. En el ejercicio 2007 la cifra de negocios se situó en 10.135 millones de euros, lo que supone un incremento del 4,6% sobre el año anterior.

El beneficio agregado de los grandes almacenes de El Corte Inglés en España y en Portugal alcanzó los 481,27 millones de euros, con un aumento del 3,6% sobre el ejercicio precedente.

El concepto de negocio de gran almacén, con una amplia variedad de productos y servicios que abarcan desde la moda y los complementos al ocio, los electrodomésticos o la alimentación, está fuertemente consolidado en el mercado español.

En Portugal la evolución está siendo altamente positiva debido a la adaptación de nuestro modelo comercial a los usos, costumbres y gustos nacionales. La buena aceptación que nos dispensa la sociedad portuguesa, refuerza nuestra proposición de expansión en este mercado, lo que nos ha llevado a plantearnos una nueva apertura. De hecho, además de los establecimientos de Lisboa y Vila Nova de Gaia-Oporto, está previsto iniciar en el ejercicio 2008 las obras de un nuevo centro comercial en el área de Cascais, cerca de Lisboa.



## GRANDES ALMACENES EL CORTE INGLÉS (\*)

### En España: 68

**Andalucía** Cádiz, Córdoba, Granada, Jaén, Linares, Málaga (2), Marbella, Mijas, San Fernando, San Juan de Aznalfarache y Sevilla (2). **Aragón** Zaragoza (2). **Asturias** Avilés y Oviedo (2). **Cantabria** Santander. **Castilla-La Mancha** Albacete, Guadalajara y Talavera de la Reina. **Castilla y León** Burgos, León y Valladolid (2). **Cataluña** Barcelona (5), Cornellá y Sabadell. **Comunidad Valenciana** Alicante, Elche, Castellón de la Plana y Valencia (4). **Extremadura** Badajoz. **Galicia** A Coruña y Vigo. **Islas Baleares** Palma de Mallorca (2). **Islas Canarias** Las Palmas de Gran Canaria (2) y Santa Cruz de Tenerife (2). **Madrid** Getafe, Madrid (9) y Leganés (2). **Navarra** Pamplona. **País Vasco** Bilbao (2), Eibar y Vitoria. **Región de Murcia** Cartagena y Murcia.

### En Portugal: 2

Lisboa  
Vila Nova de Gaia - Oporto

(\*) Datos al 29 de febrero de 2008.

## Aperturas y reformas

Dentro de la política de crecimiento que mantiene el Grupo, el ejercicio 2007 ha sido especialmente prolífico. El Corte Inglés ha inaugurado un total de cinco grandes almacenes, concentrando las últimas cuatro inauguraciones en el último período del año.

En mayo de 2007 se inauguró en Talavera de la Reina (Toledo) el primer centro comercial de El Corte Inglés en Castilla-La Mancha.



El Corte Inglés de Jaén



Las siguientes aperturas se concentraron en los últimos meses del año, entre finales de octubre y el mes de noviembre. Fueron los centros de Arroyosur (Leganés, en Madrid), Elche (Alicante), Guadalajara y Jaén. Salvo este último, los otros tres complejos comerciales incluyen también el formato Hipercor y, en el caso de Arroyosur, se suma, además, el de Bricor.

Con posterioridad al cierre del ejercicio 2007, concretamente en abril de 2008, se ha inaugurado un centro de El Corte Inglés en Albacete potenciando la oferta comercial en esta ciudad. Y en el inicio del ejercicio 2008, concretamente en el mes de marzo, se inauguró el centro comercial Espacio Buenavista en Oviedo, donde El Corte Inglés cuenta con 9.000 m<sup>2</sup> de oferta de moda mujer, hombre y complementos, así como supermercado. Actualmente están en construcción, entre otros, los centros de Salamanca, El Ejido (Almería), Murcia (en el Polígono El Tiro), Eibar (Guipúzcoa), Tarragona y Córdoba.

También se han iniciado las obras de construcción del nuevo edificio que se levantará en el solar del antiguo Windsor, en Madrid, que se adquirió en el ejercicio 2006 con la sociedad Asón Inmobiliaria. El proyecto es levantar un edificio moderno que incluya una zona comercial y otra de oficinas.

Durante el ejercicio 2007 se ha procedido a la venta de una parte de los activos inmobiliarios que se integraban en Asón, en concreto, el 20% de Torre Picasso que poseía la sociedad.

Además de continuar con su política de crecimiento, el Grupo realiza un esfuerzo constante por mantener actualizados todos sus centros comerciales para lo que acomete reformas generales o parciales en aquellos establecimientos que lo requieren. Con ello persigue adaptar las instalaciones y el entorno comercial a las nuevas demandas y necesidades de los consumidores, al mismo tiempo que se proporciona a nuestros clientes un mayor confort y un ambiente más agradable.

Entre las obras y modificaciones de carácter general hay que citar la reforma del centro Pintor Sorolla, en Valencia, que ha finalizado en el ejercicio 2007 y que ha supuesto una profunda remodelación, desde la modernización de los espacios de cara al público hasta la renovación de las instalaciones.

También en Valencia se están acometiendo reformas en los establecimientos de Colón, Nuevo Centro y la más importante de todas: el centro comercial Ademuz. Desde marzo de 2007 dispone de la oferta conjunta de El Corte Inglés e Hipercor y está siendo objeto de una profunda remodelación.

En la ciudad de Sevilla se ultimó la reforma del centro de Plaza del Duque y en la actualidad se llevan a cabo importantes obras que tienen como base el Hipercor de la Carretera de Málaga, que ha sido remodelado en su totalidad levantándose junto a él un gran almacén de El Corte Inglés. El resultado será la formación del nuevo centro comercial Sevilla Este.

## El Corte Inglés ha continuado mejorando su oferta al cliente con surtidos más amplios y nuevas marcas nacionales e internacionales

Además, se han abordado reformas parciales de distinta índole en Genil (Granada), Diagonal (Barcelona), Málaga, Vigo, Valladolid y León.

Asimismo, han finalizado las obras de ampliación de las oficinas de la central de compras, en Madrid.

A las acciones acometidas en los centros comerciales y en las oficinas hay que añadir las que se han realizado en el centro logístico de Valdemoro, en Madrid, donde se han construido dos nuevas naves.

### La oferta al cliente

El Corte Inglés ha continuado mejorando su oferta al cliente con surtidos más amplios y nuevas marcas nacionales e internacionales.

Es de destacar, por ejemplo, la presencia en nuestro centro de Castellana de las firmas Hermés y Polo Ralph Lauren. Esta última ha abierto en El Corte Inglés sus mayores tiendas de moda masculina y de niños de Europa.

Entre otras novedades dirigidas al mundo infantil, nuestra división de juguetería ha presentado en exclusiva la primera muñeca personalizada "Miyo".

La garantía de calidad está presente tanto en los productos que se comercializan en nuestros establecimientos, como en el servicio que se ofrece al cliente. Por eso, hay un continuo afán por

mejorar e incrementar el abanico de servicios que se prestan, y entre los que, a título de ejemplo, se destaca el Servicio Integral de Bodas (con un asesor especializado que coordina todo lo necesario para celebrar este evento) y el Servicio de Atención Personalizada.

También durante este ejercicio se ha creado un nuevo servicio dentro del área de Crear Hogar: Decoradores con Firma, dirigido a aquellas personas que quieren dar a su vivienda un aire de exclusividad, con estudios de interioristas de prestigio.

Internet mantiene un importante ritmo de crecimiento con más de 65 millones de visitas anuales y más de 2,1 millones de clientes registrados, lo que convierte a la página web de El Corte Inglés en un auténtico referente en comercio electrónico.



Web de [www.emidiotucci.es](http://www.emidiotucci.es)



En esta continua apuesta por las nuevas tecnologías, también se ha incrementado el número de tiendas especializadas en la web, que se eleva ya a 25. En ellas se puede encontrar una amplísima gama de productos y servicios, y seguimos aumentando el servicio al cliente. Este año se han creado nuevas webs de nuestras firmas propias masculinas y femeninas: Emidio Tucci, Gloria Ortiz, Yera...

### Acciones promocionales

La línea de comunicación publicitaria desarrollada a lo largo de este ejercicio continuó su evolución hacia

unas mayores cotas de relevancia y proximidad con nuestro público. La “Nueva tentación” de la Moda de Primavera-Verano vino de la mano de la supermodelo Bar Refaeli, así como las puertas de la Moda de Otoño las abrió la *top* brasileña Leticia Birkheuer. Ambas campañas reforzaron nuestra imagen de liderazgo en moda.

Emidio Tucci siguió apostando por el rejuvenecimiento de su público objetivo, mientras las campañas de Rebajas alcanzaron records de notoriedad con los protagonistas de la serie televisiva “Camera Café”.



La publicidad emitida en los medios convencionales (prensa, televisión, radio, etc.) se ha visto complementada con presencia en Internet, destacando las webs de las campañas de moda, rebajas y la muy visitada de [emidotucci.es](http://emidotucci.es), con información sobre el servicio de encargos personalizados: “Emidio Tucci *su misura*”.

En el campo promocional, la creación y lanzamiento de la tarjeta Doblezero supone un importante paso en nuestro acercamiento al cliente, al dotarla de ventajas para éste. Su uso abarca a 120 marcas. Además, la comunidad de internautas de la web Doblezero ha superado los 700.000 usuarios.

La división de Electrónica ha experimentado un cambio de implantación de sus artículos pasando de la presentación por marcas a la de categoría de producto, para dar una mejor respuesta a los hábitos del consumidor.

Se han desarrollado asimismo múltiples actividades infantiles presentadas a través de la nueva Guía Pitiflú para los centros de Madrid, Guadalajara y Talavera de la Reina (Toledo).

La promoción internacional dedicada a la India, además del atractivo de su mercancía, contó con manifestaciones culturales y gastronómicas.

En los comienzos del ejercicio 2008, El Corte Inglés recibió el premio “El Chupete” al ser distinguido como mejor anunciante en el Festival Internacional de Comunicación Infantil, por la responsabilidad y sensibilidad demostrada en la publicidad dirigida a los niños. El acto de entrega se celebró en la Ciudad de las Artes y de las Ciencias de Valencia.

Por último, destacamos el certificado que Autocontrol (Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial) ha emitido a favor de El Corte Inglés, constatando que nuestra empresa cumple en su totalidad el Código Deontológico en su comunicación comercial y publicitaria. El Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol está basado en el Código de Prácticas Publicitarias de la *International Chamber of Commerce*.



## Hipermercados Hiperacor

La actividad de hipermercados, que se desarrolla a través de la cadena Hiperacor, es la segunda en importancia dentro del Grupo. Su cifra de negocios durante el ejercicio 2007 se ha situado en 3.346,83 millones de euros, lo que supone un 2,4% menos que el año anterior. La aportación de este formato comercial al beneficio neto del Grupo es de 156,83 millones de euros, lo que representa un descenso del 3,8% respecto al ejercicio precedente. Esta evolución se debe a la situación del mercado, así como a cambios internos que se están acometiendo y a diversas reformas que se llevan a cabo en los centros comerciales, lo que ha restado superficie de venta durante algún tiempo.

Durante el ejercicio 2007 se han inaugurado tres nuevos hipermercados, todos en complejos comerciales que agrupan el formato de El Corte Inglés y el de Hiperacor. Se trata de los centros Arroyosur (en Leganés, Madrid), Elche (Alicante) y Guadalajara, este último en el centro comercial Ferial Plaza. Todos ellos forman parte del conjunto de inauguraciones realizadas en los últimos meses del ejercicio.

Tras estas tres aperturas, la cadena de hipermercados cuenta ya con 36 centros repartidos por toda la geografía española.

Además, hay que destacar la reforma general que se ha realizado en Hiperacor Campo de las Naciones (Madrid), así como las que se vienen acometiendo en Hiperacor Sevilla y en Hiperacor Ademuz (Valencia), donde, además de llevar a cabo una ampliación y reforma general, se ha remodelado a fondo la disposición de los hipermercados. Asimismo, se han realizado otras modificaciones menores en los establecimientos de Grancasa (Zaragoza) y Algeciras. El objetivo de todas estas actuaciones es ofrecer unos espacios más cómodos y gratos donde el cliente encuentre una oferta de productos lo más atractiva y satisfactoria posible.

# 3.346,83

**MILLONES DE EUROS**

Cifra de negocios durante el ejercicio 2007

**Tras las tres aperturas realizadas en el ejercicio 2007, la cadena de hipermercados cuenta con 36 centros**

Hiperacor cuenta con importantes planes de crecimiento que se traducen en las obras que hay en curso, entre las que se destacan las correspondientes a los nuevos centros de El Ejido (Almería), Murcia (Polígono El Tiro) y Córdoba.



# 3.600

**REFERENCIAS DE MARCAS PROPIAS  
Y EXCLUSIVAS**

# 102

**NUEVAS REFERENCIAS DE ALIMENTACIÓN**  
se han incorporado en el ejercicio 2007

Una de las características de los hipermercados Hipercor es la amplia gama de artículos que se encuentran en sus lineales y que abarca desde alimentación de todo tipo a productos de droguería y perfumería, bazar, textil, calzado y complementos, electrodomésticos y una surtida variedad de productos relacionados con el ocio y el entretenimiento. Todo ello marcado por la calidad que siempre ha caracterizado al Grupo.

Toda esta amplitud de oferta no se refiere solo al tipo de mercancía, sino también al surtido de marcas que se pueden encontrar en nuestros hipermercados, lo que constituye un elemento diferenciador de Hipercor. A ello hay que añadir sus marcas propias y exclusivas que, con un precio muy competitivo, gozan de un reconocido prestigio entre nuestros clientes y que cuentan con más de 3.600 referencias, de las que unas 1.200 son de alimentación y alrededor de 2.400 de otro tipo de productos.

Durante el ejercicio se han incorporado 102 nuevas referencias de alimentación de la marca Hipercor y se han actualizado 221 productos. Fuera del Sector Alimentación se han incorporado a la venta 689 nuevas referencias y se ha iniciado el desarrollo de otras 492. Esto ha supuesto una intensa actividad y colaboración con los fabricantes con quienes se



Centro Comercial Arroyosur. Leganés (Madrid)



mantienen unas estrechas relaciones con el fin de conseguir unos productos de máxima calidad a precios competitivos.

También ha registrado una evolución positiva la nueva marca de productos especiales y dietéticos *Special Line* Hipercor que cuenta con un amplio surtido y que este año ha incorporado familias de productos sin gluten y especiales para diabéticos. La creciente demanda del mercado en relación con este tipo de productos ha permitido que la marca propia *Special Line* Hipercor se haya situado en una posición privilegiada tanto por su calidad como por su variedad.

En esta misma línea de adecuación a las necesidades y gustos del consumidor, se enmarca el amplio abanico de productos ecológicos que se comercializan en los lineales de nuestros hipermercados.

Otro de los signos distintivos de Hipercor es su gama de productos frescos, especialmente carnes, pescados y mariscos, frutas y verduras. Su calidad está probada y garantizada, y por ello encuentra respuesta en un cliente cada vez más exigente y que sabe buscar la mejor relación calidad-precio.

En este marco de diferenciación tienen un rincón especial los productos regionales y locales que comercializan nuestros hipermercados, reforzando así la política de vinculación con el entorno social que desarrolla el Grupo.

En este contexto es también destacable la relación que se mantiene con pequeños proveedores locales que se suman a los grandes suministradores de marcas reconocidas.

**La calidad está probada y garantizada, y ello encuentra respuesta en un cliente cada vez más exigente y que sabe buscar la mejor relación calidad-precio**

También es digno de mención el cambio de estilo publicitario experimentado por Hipercor, con un tono más humanizado, música muy pegadiza del grupo "Jarabe de Palo" y un nuevo posicionamiento: HIPERMEJOR.

## Bricolaje Bricor

Bricor, la cadena del Grupo especializada en bricolaje, ha cumplido su primer ejercicio completo de actividad, ya que la primera tienda abrió sus puertas al público en diciembre de 2006 en Alcalá de Henares (Madrid). En 2007, concretamente en el mes de octubre, se inauguró un nuevo establecimiento en el complejo comercial Arroyosur, en Leganés, también en la Comunidad de Madrid, por lo que Bricor cuenta ya con dos centros.

La cifra de negocios que Bricor ha conseguido en este ejercicio económico ha sido de 34,84 millones de euros. Aunque su aportación al conjunto del Grupo es aún poco significativa, se trata de una cadena con un gran potencial de futuro y que responde a las nuevas necesidades y demandas del consumidor. El cliente reclama un espacio especializado y al mismo tiempo amplio, capaz de albergar una gran variedad de productos dirigidos a un determinado tipo de actividad. En este contexto es donde se desarrolla Bricor, la cadena más joven del Grupo.

# 34,84

### MILLONES DE EUROS

Cifra de negocios en el ejercicio 2007



Todo para la bricoración de la casa y el jardín



Bricoperamos con nuestros clientes

Las tiendas Bricor están diseñadas con amplios pasillos, una cuidada decoración y un tipo de iluminación pensado para que la estancia del cliente sea agradable. En ellas se pueden encontrar tanto elementos propios del bricolaje como de la decoración. A este efecto, Bricor ha acuñado el término “bricoración”, que engloba las actividades de bricolaje, decoración, jardinería y proyectos.

La gama de productos que se pueden encontrar en los establecimientos Bricor van desde estanterías, alfombras o armarios, hasta materiales de construcción, utensilios de ferretería, albañilería o fontanería, e incluso objetos para decorar el hogar o el jardín.

El modelo de negocio desarrollado por la cadena está diseñado para cubrir las más diversas necesidades del cliente, desde la elaboración de un proyecto integral de reforma para la casa y el jardín, hasta la instalación de un determinado producto o la gestión del transporte de la mercancía hasta su domicilio. Asimismo, se ofrece la posibilidad de servicios de alquiler y reparación de maquinaria, duplicado de llaves, pintura a la carta, enmarcado, servicio de recogida de compras y alquiler de furgonetas.

## Bricor cuenta con una plantilla de más de 300 profesionales a los que la compañía ha formado en cada una de las áreas en las que desarrollan su actividad

Además, y dentro de esa política de servicio al cliente que caracteriza al Grupo, se ha incorporado a las tiendas un área infantil de juegos con el fin de facilitar la compra a las familias con niños. Esta iniciativa ha logrado una gran aceptación por parte de los clientes.

Bricor cuenta con una plantilla de más de 300 profesionales a los que la compañía ha formado en cada una de las áreas en las que desarrollan su actividad. Esto permite ofrecer un asesoramiento y atención personalizada, y ser reconocidos por los clientes como un referente dentro del sector.

Asimismo, la filosofía de Bricor es que la calidad y el servicio son compatibles con el precio. Por eso, junto al compromiso comercial “Si no queda satisfecho, le devolvemos su dinero”, Bricor añade su garantía



de mejor precio: “Si lo encuentra más barato, le abonamos la diferencia más un 10% del valor del producto”.

Tras haber concluido el primer ejercicio completo de actividad y haber comprobado la buena acogida por parte de los clientes, Bricor se dispone a emprender un plan de expansión que incluye la apertura de dos nuevas tiendas durante el próximo ejercicio. Como ya ha ocurrido con las dos anteriores inauguraciones, se espera que estos nuevos establecimientos se conviertan en una referencia obligada del mercado del bricolaje en sus respectivas áreas de influencia.



Todas las soluciones para la renovación integral del hogar, en Bricor

## Agencia de viajes

La agencia de viajes ha experimentado una evolución positiva que se refleja en sus ventas y en sus beneficios. En el ejercicio 2007 la cifra de negocios ha superado los 2.243 millones de euros, registrándose un aumento del 12,1% sobre el año anterior. El incremento porcentual del beneficio neto ha sido del 16,5%, al situarse en 58,46 millones de euros.

Viajes El Corte Inglés, la primera agencia en España, basa sus principios de gestión empresarial en atender las necesidades de viajes de sus clientes tanto particulares como de negocios. Para ello, pone a su disposición una extensa y especializada oferta de servicios que se adapta a cada tipo de cliente manteniendo un alto nivel de atención, calidad y garantía.

Además de trabajar y colaborar con numerosos touroperadores y organizaciones del sector, Viajes El Corte Inglés distribuye en exclusiva los productos de su mayorista Tourmundial, el cual elabora una oferta vacacional de gran calidad que se adapta perfectamente a los deseos de nuestros clientes. Una de sus características es que permite la preparación de viajes a medida, a cualquier lugar del mundo y en colaboración con las compañías aéreas y cadenas hoteleras más importantes.

En cuanto a los desplazamientos por motivos de negocios, Viajes El Corte Inglés es especialista en la atención a empresas. En este sentido, tiene como objetivo principal orientar a los clientes-empresa en su política de viajes, asesorándoles en la reducción

de sus gastos de viajes, optimizando en lo posible la relación calidad-precio y facilitándoles servicios especiales. Este tipo de servicios abarcan desde sistemas de gestión de viajes, hasta negociaciones personalizadas con proveedores de servicios e incluso la elaboración de información detallada de todos sus viajes a través de herramientas informáticas ágiles y de total garantía y confidencialidad.

# 2.243,53

**MILLONES DE EUROS**

Cifra de negocios en el ejercicio 2007

Las Divisiones de Congresos, Convenciones e Incentivos y Eventos Deportivos complementan la oferta de servicios que Viajes El Corte Inglés pone a disposición de sus clientes, siendo actualmente una de las principales compañías especializadas en planificación y organización de este tipo de eventos que requieren de una gran complejidad, conocimiento y profesionalidad.

Para conseguir los objetivos señalados, Viajes El Corte Inglés cuenta con una amplia red de oficinas en continua expansión, tanto a nivel nacional, como internacional. De hecho, durante el ejercicio 2007 se han inaugurado 26 nuevas delegaciones en España y 7 en el extranjero, siendo el número total de delegaciones al cierre del ejercicio, de 492 en España y 60 en el exterior. Los países en los que está presente



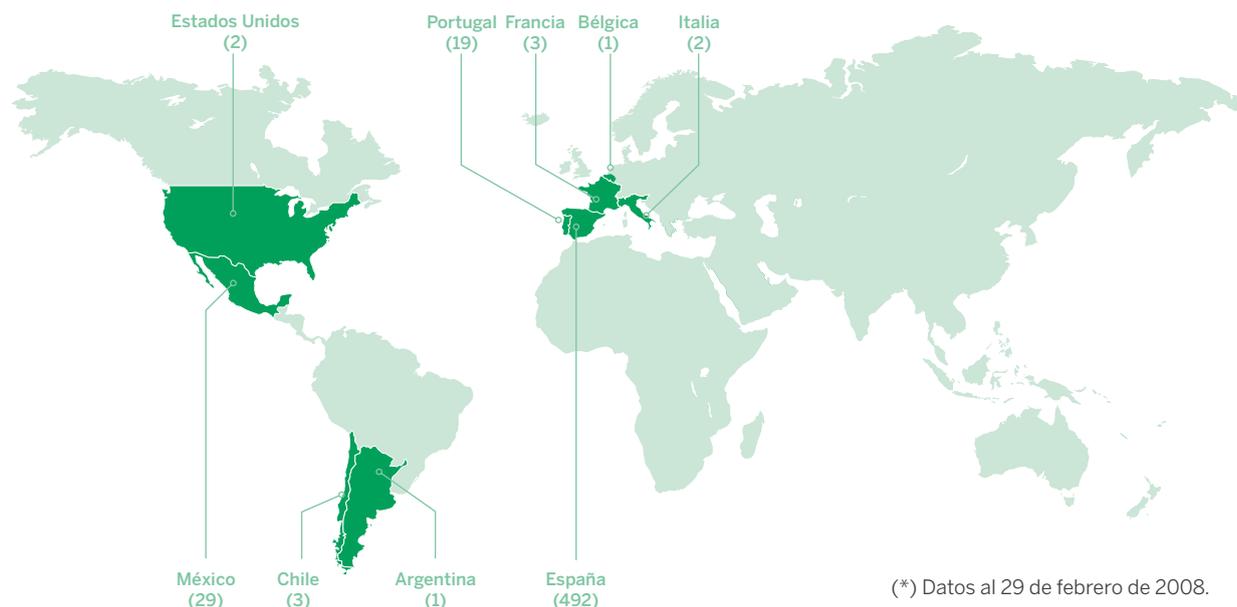
Delegación de Viajes El Corte Inglés en Lyon (Rue de Childebert)



Delegación de Viajes El Corte Inglés en Milán (Vía Albricci, 9)

**VIAJES EL CORTE INGLÉS**

Delegaciones en el mundo (\*)



en la actualidad son Portugal, Francia, Bélgica, Italia, Estados Unidos, Chile, México, Argentina y Perú.

Uno de los grandes activos de la compañía es su capacidad y experiencia para gestionar y organizar, en calidad de Agencia Oficial, eventos deportivos de gran relevancia. En 2007 ha llevado a cabo proyectos como la Copa América y el Eurobasket 2007, así como importantes congresos de ámbito nacional e internacional.

La promoción de destinos turísticos es otra de las prioridades de Viajes El Corte Inglés. En este sentido, durante el ejercicio 2007 ha realizado acuerdos promocionales con organismos de turismo de diferentes países y ciudades como: Italia, Holanda, Egipto, Marruecos, México, Puerto Rico, Cuba, París y su región, Viena y capitales escandinavas.

Dentro del ámbito nacional se han realizado este tipo de acuerdos de promoción con diferentes comunidades autónomas como: Navarra, Cantabria, Castilla y León y la Región de Murcia, así como con las diputaciones o patronatos de Castellón, Gran Canaria, Huelva y Sevilla, y también con los ayuntamientos de Madrid, Adeje, Gijón, Oviedo, Ponferrada y Valladolid.

Estos acuerdos promocionales amplían y mejoran la oferta de destinos turísticos a nuestros clientes, con el apoyo y colaboración de las instituciones citadas.

En cuanto a las tendencias del mercado, cabe destacar que las preferencias de nuestros clientes durante el año 2007 han motivado un fuerte incremento de viajes y visitas a parques temáticos nacionales e internacionales: Port Aventura, Disneyland París...

Asimismo, se ha mantenido la demanda de cruceros, siendo uno de los productos turísticos más solicitados actualmente por nuestros clientes. No debemos olvidarnos de los destinos emergentes, que en los últimos años se están consolidando como favoritos y entre los que se encuentran Vietnam, Tailandia, China, etc.

Por último, y atendiendo a su estrategia comercial de reforzar su presencia en los nuevos canales de distribución, Viajes El Corte Inglés ha continuado avanzando en su oferta a través de Internet. En el ejercicio 2007 ha mejorado y ampliado la diversidad de productos de viajes que se encuentran en su página web, consiguiendo un incremento superior a la media obtenida por el sector de la venta de viajes *on-line* en España, tendencia que esperamos mantener en próximos ejercicios.

## Supermercados Supercor

Supercor, la cadena de supermercados de proximidad de El Corte Inglés, inició su actividad en el año 2000. En el ejercicio 2007 Supercor ha obtenido una cifra de negocios de más de 403 millones de euros, lo que supone un incremento del 7,2% sobre el año anterior; no obstante, cerró el ejercicio con unas pérdidas de 3,42 millones de euros debido, principalmente, a la incidencia que en la cuenta de explotación ha tenido la incorporación de nuevos establecimientos.

Los supermercados Supercor nacieron con la idea de extender y aproximar al cliente la oferta de alimentación de los supermercados de El Corte Inglés completándola con artículos de perfumería, menaje y productos para el hogar, así como para el tiempo libre (libros, discos, películas, telefonía, etc.) en aquellos establecimientos que reúnen las condiciones para ello. La cadena está concebida como un formato de proximidad, urbano e integrado en la zona en que se ubica.

# 403,09

**MILLONES DE EUROS**

Cifra de negocios en el ejercicio 2007

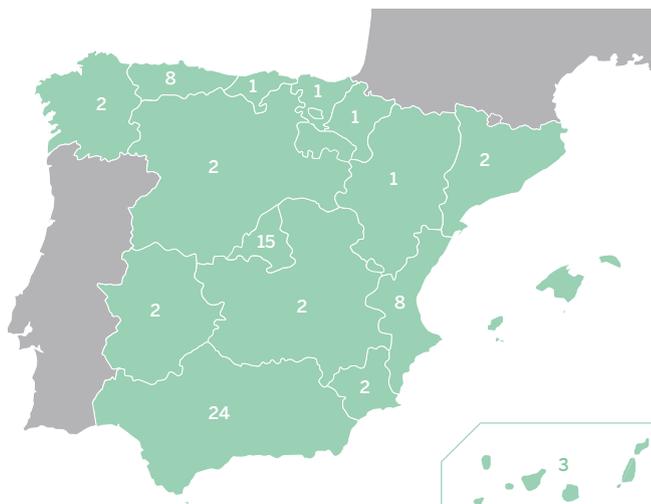


Supercor de El Campello (Alicante)

Esta integración en el entorno va acompañada de un horario comercial extenso y adaptado a un cliente con unas necesidades de compra amplias. El horario, que abarca desde las 9,30 de la mañana a las 21,30 de la noche, es una muestra más del servicio que el Grupo ofrece a sus clientes. En este sentido, Supercor incluye también una gama de servicios diferenciada como envíos a domicilio, admisión de la tarjeta de compra El Corte Inglés, e incluso revelado fotográfico, recarga de móviles y cafetería en algunos de sus establecimientos.

Nuestras señas de identidad están definidas por una estudiada implantación, un extenso surtido, el cuidado y especialización de los productos que se ofrecen en los lineales del supermercado y la presencia de todas las referencias de la marca propia El Corte Inglés.




**TIENDAS SUPERCOR: 74 (\*)**

Andalucía	24
Aragón	1
Asturias	8
Cantabria	1
Castilla-La Mancha	2
Castilla y León	2
Cataluña	2
Comunidad Valenciana	8
Extremadura	2
Galicia	2
Islas Canarias	3
Madrid	15
Navarra	1
País Vasco	1
Región de Murcia	2

(\*) Datos al 29 de febrero de 2008.

Pero quizá uno de los aspectos más destacados y diferenciadores es la calidad que se ofrece en los productos frescos; las carnes, pescados y mariscos, frutas y verduras están considerados como una de las claves del negocio. Supercor cuida, además, la relación calidad-precio para lo que cuenta con las sinergias que proporciona el Grupo y de las cuales se beneficia.

La cadena de supermercados mantiene sus planes de crecimiento que en el ejercicio 2007 se concretaron en la inauguración de ocho nuevos centros: dos en la Comunidad Valenciana, otros dos en Madrid, y uno en las comunidades de Andalucía, Cataluña, Canarias y Galicia. También se acometió la reforma del supermercado de La Manga (Murcia) con el fin de modernizar sus instalaciones y hacerlas más confortables para el cliente. Al cierre del ejercicio, Supercor disponía de 74 supermercados repartidos por 15 comunidades autónomas.



Supercor La Navata (Madrid)

## Tiendas de conveniencia Opencor

En el ejercicio 2007 las tiendas de conveniencia Opencor incrementaron su cifra de negocios respecto al ejercicio anterior en un 13,1%, superando los 400 millones de euros. El beneficio neto obtenido fue de 4,53 millones de euros, un 20% superior al del ejercicio pasado. Aunque su aportación al conjunto del Grupo es aún poco representativa, se trata de un formato comercial en continuo crecimiento y con un gran potencial de futuro.

# 400,35

**MILLONES DE EUROS**

Cifra de negocios en el ejercicio 2007

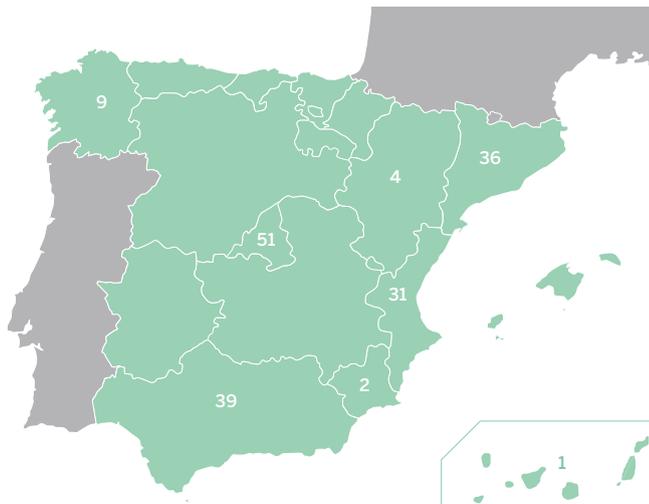
Opencor, marca comercial con la que opera la sociedad Tiendas de Conveniencia, inició su actividad en el año 2000 con la inauguración de su primer establecimiento en Majadahonda (Madrid). Al cierre del ejercicio 2007, y tras haber inaugurado un total de 18 establecimientos a lo largo del año, Opencor contaba con 173 tiendas distribuidas por la mayor parte de las comunidades autónomas españolas.

Las tiendas Opencor ofrecen una forma de comprar rápida, próxima, cómoda y con la mejor calidad y servicio. Su horario comercial, 18 horas al día incluidos los festivos, y la apertura los 365 días al año, hacen de Opencor un formato que sintoniza cada día más con los cambios y necesidades que se producen en la sociedad española.

Además de su amplio horario, otro de los rasgos distintivos de Opencor es la variada y equilibrada oferta que se puede encontrar en sus tiendas. En los establecimientos de la cadena se incluyen desde productos de alimentación a artículos de perfumería,



Tienda de Opencor en Avda. Monforte de Lemos, 195 c/v C/ Cándido Mateos (Madrid)




---

**TIENDAS OPENCOR: 173 (\*)**

Andalucía 39  
 Aragón 4  
 Cataluña 36  
 Comunidad Valenciana 31  
 Galicia 9  
 Islas Canarias 1  
 Madrid 51  
 Región de Murcia 2

---

(\*) Datos al 29 de febrero de 2008.

droguería, prensa y libros, pan y bollería recién hecha, juguetes, artículos de regalo y de ocio. En total, más de 12.000 productos componen la oferta de nuestras tiendas, que disponen también de servicios como recargas telefónicas, revelado fotográfico, servicio de fax y fotocopias...

Opencor cuenta con una plantilla de más de 3.200 empleados, que atienden cada mes a más de cuatro millones y medio de clientes.

La cadena de tiendas de conveniencia recibió en octubre de 2007 el reconocimiento de la Comunidad de Madrid y, en concreto de la Consejería de Empleo y Mujer, dentro de la IV edición de los Premios Madrid Empresa Flexible (categoría de Grandes Empresas) por su política de recursos humanos. La Comunidad valoró la contribución que Opencor realiza en favor de la integración de la mujer al trabajo y la inserción laboral de mujeres desfavorecidas como consecuencia de la violencia de género, así como la política de contratación de inmigrantes que lleva a cabo.

**Las tiendas Opencor ofrecen una forma de comprar rápida, próxima, cómoda y con la mejor calidad y servicio**

## Sfera

La cadena de moda Sfera alcanzó en el ejercicio 2007 una cifra de negocios de 144,61 millones de euros, lo que representa un 39% más que en el ejercicio anterior. La inversión se situó por encima de los 30 millones de euros. Este esfuerzo inversor, materializado en la apertura de nuevos establecimientos, ha incidido en el resultado de la compañía, que fue de -13,21 millones de euros.

Sfera inauguró en el ejercicio 2007 un total de 16 tiendas, por lo que al cierre del ejercicio desarrollaba su actividad en un total de 87 establecimientos. De ellos, 78 se encuentran en España y 9 en otros países europeos.

# 144,61

**MILLONES DE EUROS**

Cifra de negocios en el ejercicio 2007



Sfera en El Ejido (Almería) C/Boulevard, 281-283

Además, y fuera de Europa, Sfera tiene presencia en otras áreas geográficas, como América y Oriente Medio, donde se ha implantado a través de alianzas comerciales con otras compañías locales. En esta línea de actuación, la cadena firmó al comienzo del ejercicio un acuerdo con la empresa mexicana Cadena de Tiendas Departamentales Liverpool para la creación de una *joint venture* que impulsara la implantación de la enseña en México. Durante el ejercicio 2007 se han inaugurado un total de 6 tiendas de Sfera en ese país.



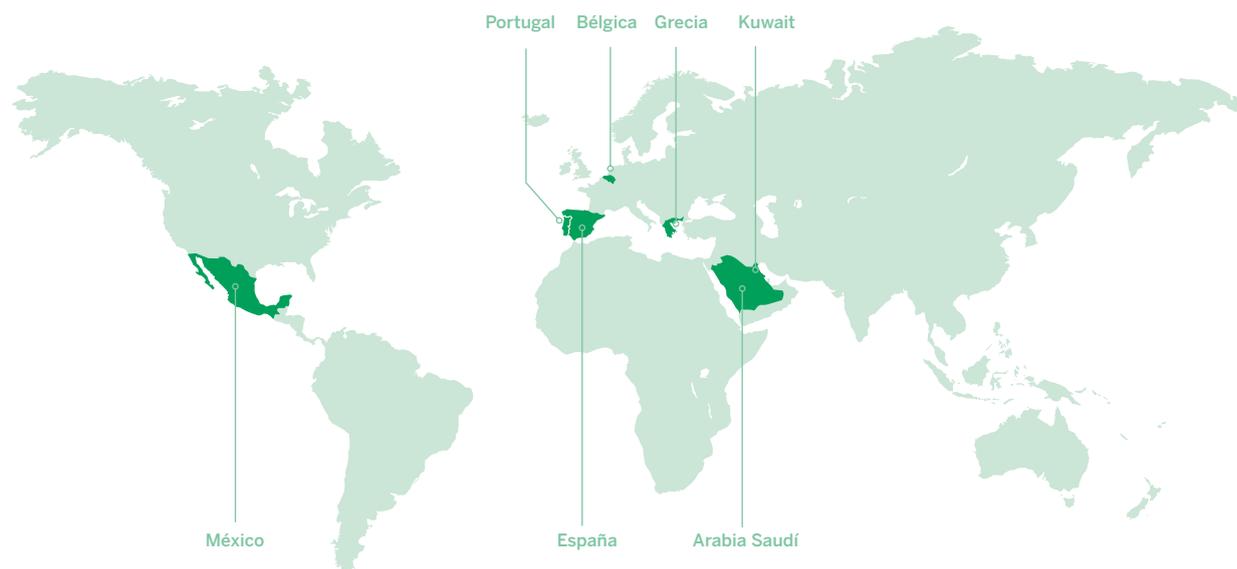
Sfera en Melilla. C/ Juan Carlos I Rey, 13



Sfera en Almería. Pº Almería, 7

**SFERA EN EL MUNDO**

Países donde está presente (\*)



(\*) Datos al 29 de febrero de 2008.

En cuanto a la presencia de Sfera en la zona de Oriente Medio, es el resultado de la alianza establecida con un grupo internacional que ha propiciado la apertura al público de cuatro franquicias en Arabia Saudí y una en Kuwait.

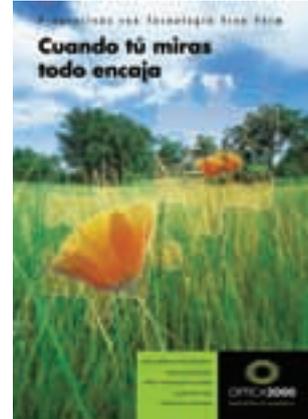
Sfera está concebida como una cadena de tiendas especializadas en moda y complementos, con una amplia oferta en prendas de vestir para hombre, mujer y niño, presentadas en líneas de moda formal, moda sport-ciudad y ropa para el fin de semana y el ocio.

Asimismo, cuenta con colecciones propias de lencería femenina y ropa interior para hombre. En este ejercicio se ha ampliado la oferta con el lanzamiento de una línea de ropa para bebés y está previsto que en el ejercicio 2008 se incorpore la línea de ropa premamá.



## Óptica 2000

La actividad de Óptica 2000 se centra en la comercialización de productos para la visión y audición, incorporando para ello las últimas tecnologías y los mejores equipos de profesionales. Dentro de la gama de productos que se puede encontrar en las tiendas, la que más peso específico tiene por volumen de facturación es la de lentes, seguida de la de monturas y gafas de sol. También se comercializan lentes de contacto, líquidos, audífonos y complementos para la visión.



# 82,87

**MILLONES DE EUROS**

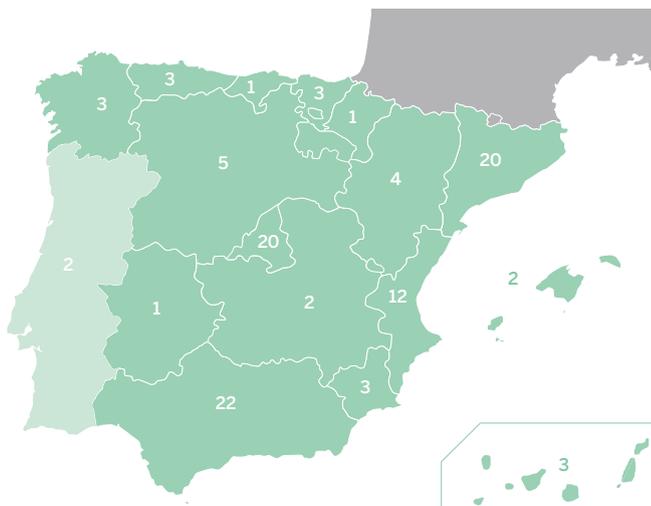
Cifra de negocios en el ejercicio 2007

Óptica 2000 ha alcanzado en el ejercicio 2007 una cifra de negocios de cerca de 83 millones de euros, lo que supone un crecimiento de más del 7% respecto al ejercicio anterior. El beneficio neto se situó por encima de los 4 millones de euros.

La mayor parte de las ventas proceden de las ópticas instaladas en los centros de El Corte Inglés e Hipercor, aunque también hay que destacar los otros formatos en los que se desarrolla esta línea de negocio, es decir, los establecimientos que operan a pie de calle, así como la cadena especializada en gafas de sol, Sun Gallery.



Tienda de Óptica 2000 en A Coruña



#### TIENDAS ÓPTICA 2000, S.L. (\*)

**En España: 105**

Andalucía 22  
 Aragón 4  
 Asturias 3  
 Cantabria 1  
 Castilla-La Mancha 2  
 Castilla y León 5  
 Cataluña 20  
 Comunidad Valenciana 12  
 Extremadura 1  
 Galicia 3  
 Islas Baleares 2  
 Islas Canarias 3  
 Madrid 20  
 Navarra 1  
 País Vasco 3  
 Región de Murcia 3

**En Portugal: 2**

(\*) Datos al 29 de febrero de 2008.

En el ejercicio 2007, Óptica 2000 ha llevado a cabo numerosas acciones de marketing orientadas a promocionar distintas marcas de monturas, así como campañas específicas de gafas de sol graduadas o lentes progresivas y fotocromáticas.

Continuando con su plan de crecimiento, Óptica 2000 inauguró durante 2007 cinco nuevas tiendas, contando al cierre del ejercicio con un total de 107. De ellas, 87 están ubicadas en centros comerciales de El Corte Inglés e Hipercor y 20 en establecimientos independientes.

Para el ejercicio 2008 está previsto incrementar y potenciar la oferta de productos ópticos dirigidos al público infantil. También se llevarán a cabo diversas acciones encaminadas a impulsar la marca propia de El Corte Inglés "Emidio Tucci" en monturas de gafas. En cuanto a la línea de productos para la audición, se va a reforzar la actividad comercial de audífonos.



## TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES

Informática El Corte Inglés, Investrónica y Telecor son las empresas del Grupo El Corte Inglés que desarrollan su actividad en el sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

En el ejercicio 2007, alcanzaron en su conjunto una cifra de negocios de 948,36 millones de euros, lo que ha supuesto un crecimiento del 3,6% sobre el año anterior y una aportación del 5,3% al Grupo; el beneficio neto del ejercicio fue de 36,21 millones de euros, lo que ha significado un incremento de más del 32% sobre el obtenido en el período anterior.

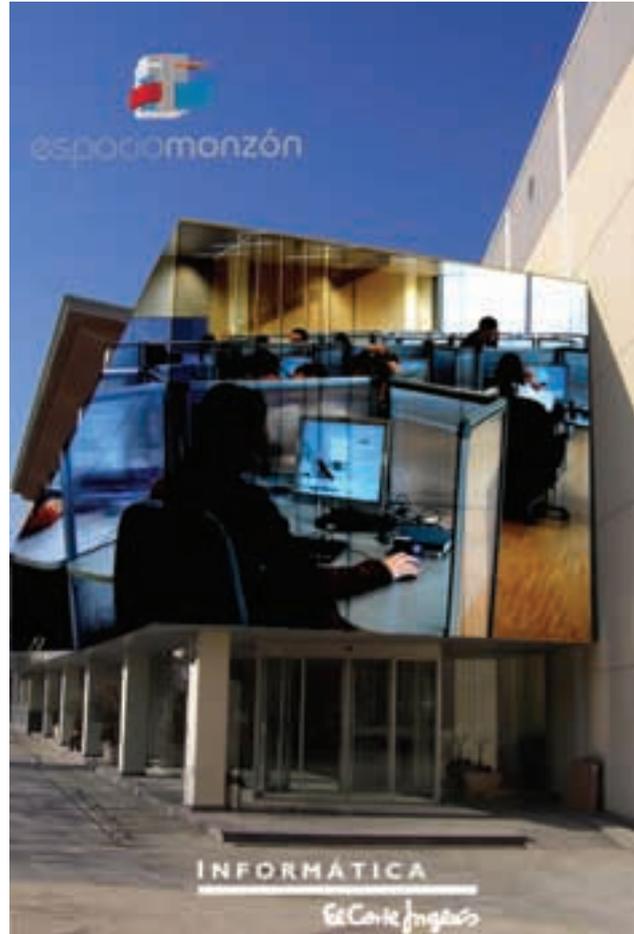
# 948,36

**MILLONES DE EUROS**

Cifra de negocios en el ejercicio 2007

### Informática El Corte Inglés

Informática El Corte Inglés comercializa e integra productos y servicios de tecnología, poniendo a disposición de los clientes la experiencia acumulada por el Grupo en la gestión de sus sistemas informáticos. Durante el ejercicio 2007 ha consolidado su oferta de desarrollo de sistemas de información, ingeniería de sistemas, tecnología documental e implantación de soluciones para la gestión empresarial.



También ha afianzado su posicionamiento tanto en el sector público como en el sector privado. En este ejercicio cabe destacar la creación de un área de negocio dedicada exclusivamente a atender las necesidades y problemática específicas de todos los sectores de actividad de la mediana empresa. Asimismo se han puesto en marcha diferentes proyectos internacionales en Latinoamérica.

#### TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES

Informática El Corte Inglés, Investrónica y Telecor

INFORMÁTICA  
El Corte Inglés

**inves**

**T E L E C O R**  
■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

El principal objetivo de Informática El Corte Inglés es el de prestar servicios en Tecnologías de la Información (TI) en las condiciones más eficientes y con los mayores niveles de calidad. Para el mejor cumplimiento de este objetivo se está procediendo a la apertura de centros de servicios tecnológicos (*Software Factory*). Como ejemplo, en la provincia de Huesca, se inauguró el Centro Espacio Monzón que cuenta con unas instalaciones que ocupan 5.000 m<sup>2</sup> y están divididas en cuatro áreas: una factoría de software, servicios documentales, *help-desk* y centro de formación.

También, y en línea con las últimas tendencias y desarrollos legislativos para fomentar la evolución hacia la Oficina y la Administración sin Papeles, se inauguró un Centro de Tratamiento Documental con sede en las instalaciones que la empresa posee en la localidad madrileña de Tres Cantos, en donde se prestan servicios de *outsourcing* documental. Archivos históricos, facturas, expedientes administrativos de todo tipo, recetas, contratos... son el punto de partida de algunos de los trabajos abordados por Informática El Corte Inglés. Asimismo, en el ámbito nacional e internacional destacan los proyectos en el área de la externalización de servicios TI, que también se han comenzado a desarrollar para empresas privadas y organismos públicos.

Con el lema “Más allá de la tecnología: impulsando el cambio y el crecimiento”, se llevó a cabo la V edición del Congreso SYTEI, que reunió a 800 personas, entre directivos de empresas y profesionales de los fabricantes líderes del sector. Foros sectoriales, mesas redondas y ponencias fueron los escenarios en los

que se debatió sobre la innovación y últimos avances para alinear los negocios con las tecnologías de la información.

En 2007, se han presentado, entre otras novedades, la creación de una oferta de soluciones WebTV, soluciones de TV interactiva y el lanzamiento de una gama de servicios específicos en apoyo a la certificación de las organizaciones por la norma UNE-ISO/IEC 20000.

## En este ejercicio Informática El Corte Inglés ha creado un área de negocio dedicada exclusivamente a atender las necesidades y problemática específicas de la mediana empresa

La compañía ha mantenido su política de personal, con importantes inversiones en formación y consiguiendo los mayores niveles de certificación de sus profesionales.

Informática El Corte Inglés ha llevado a cabo diversas actividades en materia de investigación y desarrollo durante el ejercicio 2007. Entre las más significativas se encuentra el proyecto PROCER que se enmarca en la línea de I+D sobre tecnología documental y *workflow*. Este proyecto proporciona un entorno avanzado de servicios de contenidos y procesos. Está configurado sobre estándares y





Stand INVES en SIMO 2007

permite que una organización aborde proyectos continuos de integración de contenidos en los sistemas, gestione los documentos de tipo factura electrónica en cualquier formato y permita sustituir el papel de las facturas, así como que pueda usar un sistema distribuido de gestión de procesos basados en contenidos, con producción de documentos electrónicos en servidor, y *framework* de desarrollo para sucesos de tramitación.

Continúa el proyecto SATI-TDT (Sistema de Acceso a Tarjetas Inteligentes para Televisión Digital Terrestre MHP -*Multimedia Home Platform*-), comenzado en el pasado ejercicio 2006. El objetivo principal es la realización de un piloto y demostrador de servicios y aplicaciones MHP sobre televisión digital terrestre que utilizan tarjetas inteligentes (*smart cards*) como un elemento clave y diferenciador de la aplicación.

## Investrónica

La actividad principal de Investrónica es el diseño, fabricación y comercialización de productos informáticos y de electrónica.

Durante el ejercicio 2007, Investrónica ha ampliado su oferta de servicios y número de productos gestionados. En su faceta de fabricante, ha seguido integrando las últimas innovaciones tecnológicas en sus gamas de servidores, portátiles y sobremesas para empresas, mejorando su potencia y prestaciones de uso.

En su compromiso con la innovación y el I+D, un hito en su evolución ha sido el lanzamiento de la marca Invesgenia para fabricaciones a medida. Entre sus proyectos destacan el desarrollo de puntos de información y servicio de atención al ciudadano y entornos sanitarios, la adaptación de los compactos Inves CIT al ámbito educativo y las mejoras de las capacidades de su popular Terminal SECUREURO para la validación de billetes. También, el Centro de Desarrollo Invesgenia ha puesto en el mercado soluciones innovadoras de cartelería digital.

## Telecor

Telecor, empresa de Servicios de Telecomunicaciones, dispone de una amplia oferta multiproducto, multioperador e independiente, orientada a proporcionar un servicio integral de telecomunicaciones, tanto para clientes particulares, como para autónomos, profesionales y empresas.

Comercializa su oferta de productos y servicios en los puntos de venta situados en los establecimientos comerciales del Grupo El Corte Inglés (El Corte Inglés, Hipercor, Supercor, Sfera y Opencor) así como a través de las tiendas Telecor.

En el ejercicio 2007 se ha procedido a la apertura de 12 tiendas y 21 puntos de venta.

La telefonía móvil, principal actividad de la empresa, es un mercado maduro, dado el índice de penetración, en el que los crecimientos provienen de la incorporación de nuevos servicios de voz y datos que aumenten el consumo medio, así como de las portabilidades entre operadores.

La integración de las ofertas fijo-móvil, junto con la extensión de la banda ancha, están propiciando también la creación de paquetes de servicios conjuntos.

## En el ejercicio 2007 Telecor ha procedido a la apertura de 12 tiendas y 21 puntos de venta

En este entorno, la actividad de Telecor debe continuar orientándose a la captación de clientes con facturaciones recurrentes, incrementando el número de servicios a comercializar, ampliando su red de tiendas y puntos de venta como espacios personalizados de captación y mantenimiento de clientes. Asimismo, es importante continuar expandiendo su Plataforma de Recargas y Servicios *on-line* (móviles, contenidos, música, juegos, etc.) con la firma de nuevos acuerdos y aumentando la capilaridad de la red de recargas.



Tienda de Telecor en la calle Fuencarral (Madrid)

## Correduría de seguros

La actividad principal de Centro de Seguros y Servicios es la mediación en seguros privados bajo la forma jurídica de correduría de seguros y, en consecuencia, mediante la prestación de un servicio de asesoramiento independiente, profesional e imparcial.

Durante el ejercicio, y dentro del plazo legalmente previsto al efecto, la correduría de seguros ha procedido a su adaptación a lo dispuesto en la Ley 26/2006, de 17 de julio, de mediación de seguros y reaseguros privados.

En el ejercicio 2007 Centro de Seguros y Servicios obtuvo una cifra neta de negocios de más de 45 millones de euros, lo que supone un incremento del 13,4% sobre el ejercicio precedente. El beneficio neto aumentó el 16,3%, al situarse en 16,55 millones de euros.

Centro de Seguros ha alcanzado en 2007, año en que cumplió su 25 aniversario en el Grupo, la cifra de 77 delegaciones propias en territorio nacional, ubicadas principalmente en los establecimientos de El Corte Inglés e Hipercor. Asimismo, está presente en Portugal, donde dispone de dos delegaciones.

# 45,27

**MILLONES DE EUROS**

Cifra de negocios en el ejercicio 2007



El desarrollo de la actividad de mediación en seguros durante el ejercicio ha sido muy positivo, habiéndose registrado un incremento superior al 15% en el importe de las comisiones percibidas. Este incremento se produjo en todas las modalidades de seguros mediadas por Centro de Seguros, pero, muy señaladamente, en los seguros que dan cobertura a los riesgos a que se encuentran expuestas las familias (vida, accidentes, asistencia sanitaria, hogar y automóvil).

Su actividad de mediación se extiende también a las áreas financiera e inmobiliaria. En la primera, intermedia en la compra-venta de fondos de inversión, en la concesión de préstamos personales e hipotecarios, etc. Y, respecto a la segunda, en la compra-venta de productos inmobiliarios.

## Compañía de seguros

La actividad de Seguros El Corte Inglés durante el ejercicio 2007 ha continuado centrada, principalmente, en la contratación de seguros de vida riesgo y accidentes, así como en el fomento del ahorro tanto a través de seguros diferidos como de planes de previsión asegurados y de planes de pensiones.

**En el ejercicio 2008 la compañía tiene previsto el lanzamiento de nuevos seguros que completen su gama de productos, en particular, en los ramos de accidentes y de vida ahorro**

La evolución de esta actividad durante el ejercicio ha resultado muy positiva, tanto por la favorable evolución de la siniestralidad como por el aprovechamiento de las oportunidades de inversión que han ofrecido los mercados financieros. Todo ello ha permitido mantener unas buenas condiciones de precio y servicio de los seguros comercializados por

la compañía y ofrecer unas atractivas participaciones en beneficios a los seguros que gozan de esta fórmula de retribución.

Las primas netas del ejercicio han ascendido a 94 millones de euros, de los cuales 73,8 millones corresponden a seguros de riesgo (tanto del ramo de vida como de accidentes). Una vez sumados los ingresos de las inversiones y otras entradas, el total de ingresos alcanzó los 137,7 millones de euros.

El beneficio antes de impuestos, por su parte, superó los 23,62 millones de euros. Una vez deducido el Impuesto sobre Sociedades, el beneficio neto ascendió a 16,24 millones de euros, un 33,7% por encima del registrado en el ejercicio 2006.

En cuanto al margen de solvencia, superaba al cierre del ejercicio 2007 en un 260% al mínimo legalmente exigible. También los activos afectos a la cobertura de las provisiones técnicas presentaban un importante superávit sobre el importe de las provisiones a cubrir.

En el ejercicio 2008 la compañía tiene previsto el lanzamiento de nuevos seguros que completen su gama de productos, en particular, en los ramos de accidentes y de vida ahorro.



# 137,7

**MILLONES DE EUROS**

Ingresos totales en el ejercicio 2007

## Financiera

La actividad de Financiera El Corte Inglés en el ejercicio 2007 muestra una evolución moderada en el crecimiento de la inversión crediticia, un parque de tarjetas muy activo, habida cuenta del esfuerzo promocional desarrollado en las aperturas de los nuevos centros comerciales, y un crecimiento sostenido de los contratos de operaciones de venta a plazos, que aumentan a tasas superiores al incremento registrado en el ejercicio precedente. El coste financiero, por la subida experimentada en los tipos de interés, define el análisis de la cuenta de resultados.

# 155,33

**MILLONES DE EUROS**  
Ingresos totales en el ejercicio 2007

# 10,2

**MILLONES DE TARJETAS DE COMPRA  
EL CORTE INGLÉS**

El importe de los bienes y servicios adquiridos por los clientes mediante la utilización de la tarjeta emitida por la entidad ha ascendido a 6.032,24 millones de euros, de los que 319,31 millones corresponden a tarjetas de crédito rotativo y 5.712,93 millones a las de pago a fin de mes.

La financiación concedida a clientes a través de la Fórmula Personal de Pago ascendió a 1.976,98 millones de euros, lo que supone un incremento del 3,2% respecto al ejercicio anterior.

Los ingresos por todos los conceptos han sido de 155,33 millones de euros, representando un aumento del 11,4%, con un beneficio neto de 18,90 millones, cerca de un 2% más que el año anterior. Los fondos propios al cierre del ejercicio se sitúan en 275,72 millones de euros.

La financiación total concedida a clientes en 2007 con los medios de pago del Grupo ha ascendido a 8.564,10 millones de euros, un 2,9% más que en el ejercicio precedente.

El total de las tarjetas de compra El Corte Inglés, al 31 de diciembre de 2007, era de 10,2 millones, lo que implica un incremento respecto al ejercicio anterior superior al 3%.



La inversión crediticia en el ejercicio 2007 ha experimentado un crecimiento en línea con el aumento en la aceptación por los clientes de las campañas especiales de financiación, en las que se les ofrece la posibilidad de que elijan entre disfrutar de un período de carencia en el pago, o bien, financiarse a doce meses sin intereses.

Durante 2007, ha continuado la intensa actividad promocional de la tarjeta de compra El Corte Inglés en las campañas llevadas a cabo para los nuevos centros comerciales de Talavera de la Reina (Toledo), Elche, Guadalajara y Jaén, así como para el nuevo centro de Albacete, inaugurado en abril de 2008. También se han venido desarrollando campañas similares para las próximas inauguraciones de los centros de Salamanca, Tarragona y El Ejido (Almería).

Acorde con la política de servicio al cliente que caracteriza al Grupo, Financiera El Corte Inglés cuenta con un Servicio de Atención al Cliente que tiene como fin dotar de los medios necesarios para tramitar, de manera ágil y eficaz, las quejas y/o reclamaciones de sus clientes.

Durante el ejercicio 2007 el Servicio de Atención al Cliente tramitó 986 expedientes de reclamación, lo que representa una disminución del número de casos con relación a los dos ejercicios anteriores.





Centro Comercial Ferial Plaza (Guadalajara)

# Responsabilidad Social Empresarial

---

El Cliente	62
Nuestro capital humano	68
Los Proveedores	78
Medio ambiente	82
Integración en la sociedad	90
Fundación Ramón Areces	100
Aportación a la Renta Nacional	102



**La Responsabilidad Social Empresarial** forma parte de nuestra estrategia de gestión. Es un factor de competitividad y un aspecto clave de la política de vinculación con la sociedad y con sus empleados que la compañía ha mantenido desde sus orígenes. Para su orientación, el Grupo cuenta con un Comité de Responsabilidad Social integrado por la dirección al más alto nivel y con representación de todas las áreas estratégicas del Grupo de empresas.

Esta implicación de la dirección permite que los conceptos y requerimientos que se exigen a una empresa socialmente responsable sean asumidos por todos los estamentos de la compañía, al mismo tiempo que se refuerza la política de adaptación continua a las necesidades del entorno, tanto en el ámbito económico, como en el social y el medioambiental.

En este sentido, el modelo de Responsabilidad Social de El Corte Inglés está basado en una serie de valores que son parte de la propia esencia de la compañía desde su creación:

- Una concepción ética y responsable que posibilita un marco de confianza que se traslada a cualquier ámbito de actuación de la compañía, desde la garantía que se ofrece a los clientes, a las relaciones transparentes que se mantienen con los proveedores o el respeto a los trabajadores.
- Un modelo de crecimiento empresarial que permite avanzar en la oferta comercial amplia y diferenciada, y en el servicio y la calidad que siempre han caracterizado a la empresa.
- Una relación constante y fluida con todos los grupos de interés con los que tiene vínculos: clientes, empleados, accionistas, proveedores, competidores, organizaciones sociales, instituciones públicas y privadas y sociedad en general.
- Un compromiso sincero de respeto al medio ambiente que tiene reflejo en los diferentes ámbitos de la actividad empresarial.

En este modelo de gestión responsable, El Corte Inglés añade a su objetivo de maximizar el beneficio, el objetivo de cumplir con los compromisos sociales y medioambientales a los que se ha adherido.

Consciente de la relevancia que cada grupo de interés tiene para la consecución de estos objetivos, la empresa dedica a cada uno de ellos un tratamiento específico y diferenciado. En este sentido, los clientes son la razón de ser de la compañía y, por ello, no escatima recursos para conseguir su mayor satisfacción.

También las personas que integran la plantilla son una pieza fundamental del engranaje y el activo más valioso con el que cuenta compañía. Por ello se intenta motivar y potenciar su desarrollo personal y profesional, así como recompensar los esfuerzos que realizan.

Con los proveedores, otro de los grandes ejes del negocio, se ha establecido una relación de colaboración, transparencia y trabajo en común que permite avanzar en un mismo camino de excelencia. Ese espíritu de colaboración también abarca a otros colectivos empresariales entre los que se encuentran nuestros competidores con los que mantenemos cordiales relaciones a través de patronales y asociaciones sectoriales.

El Corte Inglés siempre ha cuidado con esmero su relación con los agentes y organizaciones sociales, desde las grandes agrupaciones empresariales o los sindicatos, a representantes de los consumidores, organizaciones no gubernamentales, medios de comunicación y todo tipo de asociaciones y colectivos sociales. Ese espíritu de integración con la sociedad se refleja en las numerosas actividades de carácter cultural, deportivo, lúdico y social en las que la compañía participa.

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

## El Cliente

Para el Grupo El Corte Inglés, el cliente es su razón de ser. Por ello, toda la política comercial se diseña y se desarrolla con el fin de lograr la mayor satisfacción de los clientes, tanto en lo que se refiere a calidad y seguridad del producto como en atención y servicios de todo tipo que se ofrecen en las tiendas.

El Corte Inglés se ha caracterizado siempre por el trato personalizado y diferenciado que otorga a cada uno de sus clientes, lo que se ha convertido en uno de los signos distintivos de la compañía. Ese respeto por el cliente y esa dedicación que demuestra toda la organización, están encaminados a conseguir su confianza que es, para la empresa, la mayor recompensa que puede tener por los esfuerzos que realiza.

Para responder a esa confianza que el cliente deposita en nosotros, mantenemos un compromiso de garantía que tiene su lado más visible en nuestro lema: “Si no queda satisfecho, le devolvemos su dinero”.

Esta política de vinculación con el cliente y confianza mutua nos ha permitido acoger durante el pasado ejercicio a casi 649 millones de visitantes en todas nuestras tiendas, de los que el 80% corresponden a los establecimientos de El Corte Inglés e Hipercom.



# Calidad máxima Servicio Surtido Especialización Garantía

**NUESTROS COMPROMISOS**  
con el cliente

## Nuestros compromisos

La filosofía empresarial de El Corte Inglés se basa en cinco compromisos con el cliente: Calidad máxima, servicio, surtido, especialización y garantía.

Todos ellos están estrechamente ligados y tienen como finalidad lograr la plena satisfacción del cliente.

La calidad comprende todos los ámbitos de actuación de la empresa, desde el entorno en el que se instala la mercancía hasta la presentación que se hace de la misma, aunque es en el producto que está a la venta y adquiere el cliente donde mejor se reconoce ese compromiso de calidad que siempre ha caracterizado a El Corte Inglés. Hay calidad en el textil y los complementos, en la alimentación, en los artículos para el hogar y en toda la amplísima gama de productos que se pueden encontrar en nuestros establecimientos. El objetivo es que la calidad se extienda a todos los aspectos del negocio de modo que avancemos en el camino de la excelencia.

El servicio es otro de los aspectos que se ha convertido en seña de identidad de la compañía. La atención adecuada a los gustos y requerimientos de cada cliente forma parte de la propia concepción del negocio y está asumida por toda la organización. A tal efecto, el cliente tiene plena libertad de movimiento en nuestros establecimientos, con acceso directo a la mercancía y la seguridad de que será atendido por personal especializado en el momento que lo requiera.

El surtido forma parte de la propia dinámica empresarial, ya que El Corte Inglés se caracteriza

por la amplia variedad de oferta que hay en sus establecimientos. Por eso, la oferta se presenta segmentada por departamentos y categorías de productos con el fin de satisfacer a todo tipo de clientes, adecuándonos a las nuevas necesidades y demandas del mercado y del consumidor.

Este mismo compromiso de especialización ha llevado al Grupo a crear nuevos formatos comerciales dirigidos a mercados tan específicos como la óptica, el bricolaje, las telecomunicaciones, la alimentación o la moda.

Y, por último, el compromiso de garantía, que siempre ha estado presente en la filosofía de la compañía y que ha permitido que El Corte Inglés se perciba como una marca de confianza y seguridad por parte del cliente.

## Un cuidado especial hacia las minorías

Como resultado del cumplimiento de esos cinco empeños que forman la base de nuestra relación con el cliente, El Corte Inglés responde a las exigencias y necesidades que demanda la sociedad, aunque en muchos casos se trate de colectivos minoritarios.

## Todos los centros que cuentan con supermercado incluyen de forma diferenciada y señalizada productos adaptados para celíacos y diabéticos

En este sentido, todos los centros que cuentan con supermercado incluyen de forma diferenciada y señalizada productos adaptados para celíacos y para diabéticos. Para las personas que padecen intolerancia al gluten, es decir, los celíacos, hay un amplio abanico de referencias que van desde elaborados cárnicos hasta charcutería especializada, pescados ahumados, diversos tipos de quesos y frutos secos ecológicos, entre otros.

También están señalizados en los lineales productos aptos para diabéticos, así como otros sin lactosa para aquellas personas que tienen problemas con este componente.

La diversidad y el respeto por las minorías están también patentes en el creciente número de referencias de productos de alimentación *Tex-Mex* y orientales, presentes en todos nuestros centros. Asimismo, en aquellos establecimientos en los que hay afluencia de clientes procedentes de comunidades minoritarias, el Grupo se esfuerza por incorporar e incrementar la cantidad de productos frescos adaptados a sus necesidades. Cabe señalar, al respecto, determinados tipos de carnes y frutas tropicales que están dirigidos a colectivos con alguna significación cultural y étnica concreta. En total hay más de 700 referencias dirigidas a este tipo de colectivos.



Pan de molde, sin gluten, de *Special Line*.

Por otra parte, los lineales de nuestros supermercados acogen una amplia gama de productos ecológicos, a los que se intenta dar visibilidad con algunas campañas de promoción específicas. Un posicionamiento comercial que nos llevó a ser galardonados en la correspondiente edición de los Premios Alimentos de España, que en marzo de 2007 concedió el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Los productos ecológicos cuentan cada vez con mayor presencia en nuestros establecimientos y con una identificación diferenciada, así como con un mayor número de referencias.

## Atención al cliente

Todo este compendio de compromisos se traduce también en una serie de vínculos y atenciones que la empresa establece con sus clientes. En ese sentido, se han ido incorporando soluciones para las nuevas demandas de nuestros clientes.

Un ejemplo es el de los seguros de rotura y expoliación que se ofrecen a los clientes de forma gratuita, durante un período de tiempo, con la adquisición de algunos artículos que superan un determinado importe, y que proporcionarían a esas compras cobertura frente a posibles siniestros. En el ejercicio se formalizaron 288.000 certificados de este tipo de seguros para clientes de El Corte Inglés e Hipercor.

También se han ido creando otra serie de prestaciones que suponen un valor añadido para el cliente y que están más ligadas al negocio en sí. Es el caso del Servicio de *Personal Shopper*, que funciona como un asesor de moda individual para cada cliente; o el Servicio de Sastrería a Medida Artesana que cuenta con más de 50 sastres de reconocida experiencia; o el Servicio Integral de Bodas por el que se pone a disposición del cliente un espacio único donde a través de un asesor de bodas especializado, puede contratar, sin moverse de un mismo sitio, desde el ramo de la novia, el traje del padrino y el restaurante para el banquete, hasta la decoración del hogar, pasando por las invitaciones y el alquiler del automóvil.

A esta serie de singularidades hay que añadir el Servicio de Atención Personalizada, un servicio muy exclusivo de asistencia individualizada creado para facilitar el momento de la compra. Así, podría resumirse que los clientes de El Corte Inglés tienen acceso a más de 50 servicios diferentes para satisfacer sus necesidades que van desde los arreglos gratuitos, el envío de paquetes a domicilio, la reserva de artículos hasta el empaquetado de regalos, grabador de piezas de orfebrería y joyería o el servicio de intérprete, entre otros.



Esa sensibilidad hacia las inclinaciones y necesidades de la sociedad tiene reflejo en la continua interrelación y permeabilidad que la compañía tiene con sus clientes. El Corte Inglés está abierto a las sugerencias, preguntas y reclamaciones tanto a través del Servicio de Atención al Cliente, que recibe más de 3,5 millones de llamadas telefónicas al año, como a través de los puntos específicos ubicados en los centros comerciales. Los empleados del Grupo, por su parte, realizan más de 13,6 millones de llamadas para atender a los clientes.

Toda esta serie de atenciones y garantías ha permitido al Grupo ganarse la confianza de sus clientes y superar los 10,2 millones de usuarios de tarjeta de compra El Corte Inglés. Durante el ejercicio 2007 se han incorporado más de 400.000 nuevos usuarios de tarjetas.

### SERVICIOS PERSONALIZADOS



SERVICIO DE ATENCIÓN PERSONALIZADA



SERVICIO INTEGRAL DE BODAS

## La percepción del cliente

Todos estos compromisos y su cumplimiento nos permiten conseguir un alto grado de satisfacción entre nuestros clientes, según el barómetro que se elabora semestralmente y que supone cerca de 300.000 entrevistas al año.

Además de todas estas comprobaciones internas, El Corte Inglés es habitualmente analizado por compañías ajenas al Grupo. Sus conclusiones ponen de manifiesto que el grado de satisfacción del cliente de El Corte Inglés se encuentra a la cabeza no sólo del sector de la distribución, sino en el conjunto de la actividad empresarial española. Un reciente estudio, elaborado por la empresa TNS Consumer y presentado bajo el título Barómetro de la Distribución, así lo refleja.

Esta confianza que nos conceden los clientes se ve refrendada por una excelente imagen y valoración social.

De hecho, El Corte Inglés también figura como la empresa española con mayor reputación corporativa en el último estudio que elaboró el *Reputation Institute*, organismo internacional que analiza las compañías más prestigiosas del mundo. En este ranking internacional que recoge las empresas más valoradas por los clientes, El Corte Inglés es la única española que figura entre las 20 más reputadas a nivel mundial.

Asimismo, destaca el elevado nivel de fidelidad de los clientes, ya que más de la mitad nos visitan como mínimo una vez a la semana.

Nuestros centros comerciales poseen un gran poder de atracción en una amplia zona de influencia, como demuestra el hecho de que uno de cada tres clientes resida fuera del propio municipio de ubicación del establecimiento y, prácticamente, dos de cada tres posea nuestra tarjeta de compra.

Los clientes disponen cada día de mayor información, son conocedores de sus derechos y se han vuelto más exigentes por lo que demandan un servicio cada vez más esmerado.

## Seguridad del producto

Como empresa socialmente responsable, El Corte Inglés considera que la seguridad y garantía de los productos que comercializa constituyen una de sus bases fundamentales. Por ello, mantiene unos elevados niveles de exigencia que van más allá del mero cumplimiento de las normas legales.

**Para todo aquello que se refiere a alimentación, se realizan, en colaboración con nuestros proveedores, continuos controles de calidad y trazabilidad de los productos, sus ingredientes y su conservación**

La seguridad se extiende a todo tipo de productos que se comercializan en nuestros establecimientos, desde las prendas de ropa o la cosmética, hasta los juguetes infantiles o los productos de alimentación, siendo estos últimos los que más dedicación y cuidado reciben.

Para responder de la seguridad de nuestros productos, además de los controles internos que luego se detallan, el Grupo está adherido a las redes de alertas que existen en el mercado español y que permiten detectar cualquier incidencia que se pueda producir en algún tipo de artículo. Estas redes de alertas

coordinan, desde la Administración y las asociaciones empresariales, cualquier contingencia ocasional, así como la retirada del producto cuando hay dudas sobre su garantía o seguridad.

Aunque estos supuestos solo ocurren de forma esporádica y ocasional, El Corte Inglés cuenta con todas las infraestructuras necesarias para reaccionar de forma inmediata, acometiendo las medidas adecuadas, en razón a las circunstancias específicas de cada supuesto. Además, la estrecha relación que mantiene con sus proveedores permite agilizar cualquier tipo de iniciativa si llegara el caso.

De todos modos y para garantizar la seguridad de nuestros productos, El Corte Inglés parte del compromiso de cada empresa proveedora de trabajar por la optimización de sus características, información y condiciones de uso.

Ello solo es posible a través de esta estrecha colaboración, marcada por la exigencia de estándares y controles adecuados a cada tipo de producto, de manera que contamos con garantías de origen, composición y funcionamiento.

Esta relación de confianza mutua, basada en la estabilidad y continuidad en la relación con cada proveedor, es la clave que nos permite ofrecer un estándar uniforme de calidad en una variedad tan extensa de artículos.

Para todo aquello que se refiere a alimentación, se realizan, en colaboración con nuestros proveedores, continuos controles de calidad y trazabilidad de los productos, sus ingredientes y su conservación. Esto permite un seguimiento permanente de todo el proceso, desde la materia prima en origen hasta las diversas fases de manipulación, preparación, presentación, etiquetado y transporte de la mercancía.

También hay un protocolo de actuación para garantizar el mantenimiento de la temperatura y la continuidad de la cadena de frío en el caso de los productos congelados y refrigerados. Este



seguimiento se realiza tanto en el recorrido que va desde el proveedor hasta el establecimiento, como el que se lleva a cabo entre la tienda y el domicilio del consumidor en el caso de los envíos a domicilio.

El Corte Inglés cuenta, además, con un Plan de Control Higiénico Sanitario en todos los centros comerciales que tiene como objetivo garantizar la seguridad y las condiciones de los alimentos hasta que llegan al cliente, mediante la aplicación de prácticas adecuadas para la correcta conservación y manipulación.

Por último, y entrando en la monitorización de la composición y condiciones internas del producto alimentario, realizamos controles analíticos periódicos, tanto en nuestro laboratorio de alimentación como en laboratorios independientes públicos y privados de reconocido prestigio. De los cerca de 9.000 análisis que se realizaron en el ejercicio, 2.218 corresponden a productos ofrecidos bajo nuestras marcas propias de El Corte Inglés e Hipercor, lo que nos permite presentarlos a nuestros clientes con plena garantía en sus condiciones de calidad y seguridad.

# Nuestro capital humano

Las personas que integran la plantilla del Grupo son, por su esfuerzo y compromiso constante, una de las claves del éxito de nuestro proyecto empresarial y la mejor apuesta para mantenerlo en el tiempo. Esto es así porque valores como el servicio al cliente, el trabajo en equipo y la iniciativa individual forman parte de nuestra cultura corporativa y están presentes de forma permanente en el desempeño diario de todos los empleados.

Al cierre del ejercicio, la plantilla estaba compuesta por más de 109.800 personas, unas 4.800 más que en el ejercicio anterior. Este importante incremento se debe a la política de crecimiento y expansión que ha desarrollado el Grupo durante 2007 y que se ha materializado en la inauguración de cinco grandes complejos comerciales (grandes almacenes y/o hipermercados) además de la apertura de otros muchos establecimientos de formatos más pequeños.

De estas cinco grandes inauguraciones, cuatro se concentraron en los últimos meses del año y se realizaron, además, en un período de tiempo de solo seis semanas. Esto puso a prueba la maquinaria organizativa del Grupo y su capacidad de gestión, ya que en ese período se incorporaron a los nuevos centros comerciales más de 4.300 personas, que previamente habían realizado cursos de formación y prácticas acordes con el puesto de trabajo que iban a desempeñar.

Al haberse concentrado gran parte de las aperturas en el último trimestre del año, el incremento porcentual de la plantilla media a jornada completa fue del 0,5% respecto al ejercicio anterior. No obstante, este

# 109.800

**EMPLEADOS EN PLANTILLA**  
Al cierre del presente ejercicio

incremento nos consolida como uno de los grandes grupos generadores de empleo en España, con una plantilla media a jornada completa de 97.328.

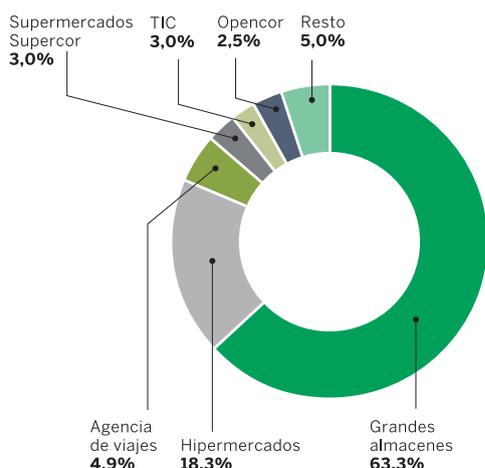
**EVOLUCIÓN DE LA PLANTILLA**  
Plantilla a jornada completa



La distribución de la plantilla, calculada a jornada completa, por líneas de negocio y grupos de actividad se refleja en los siguientes gráficos:

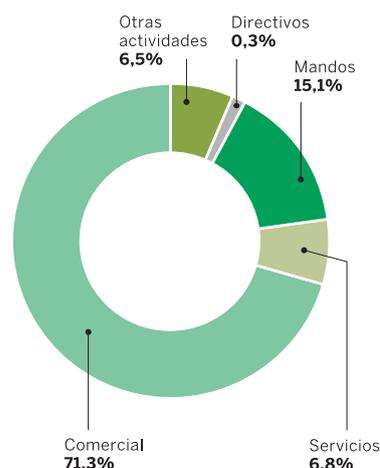
### DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL

Por líneas de negocio



### DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL

Por grupos de actividad

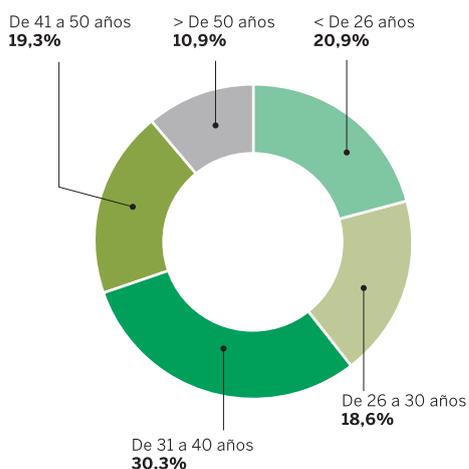


Una de las características más relevantes de nuestro personal es su edad media, 35 años, un año menos que en el ejercicio anterior, debido a la incorporación de un elevado número de jóvenes con motivo de las

recientes inauguraciones. La antigüedad media es de 10 años, lo que pone de manifiesto la estabilidad y solidez de nuestra plantilla, cuya distribución se refleja en los siguientes gráficos:

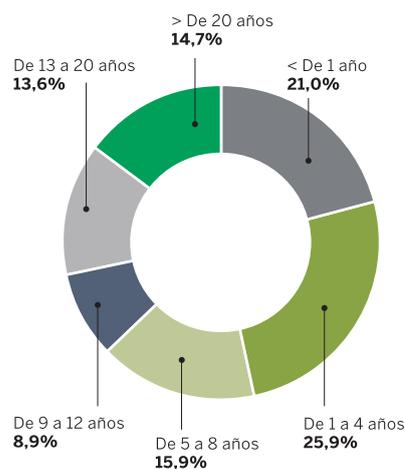
### DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL

Por intervalos de edad



### DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL

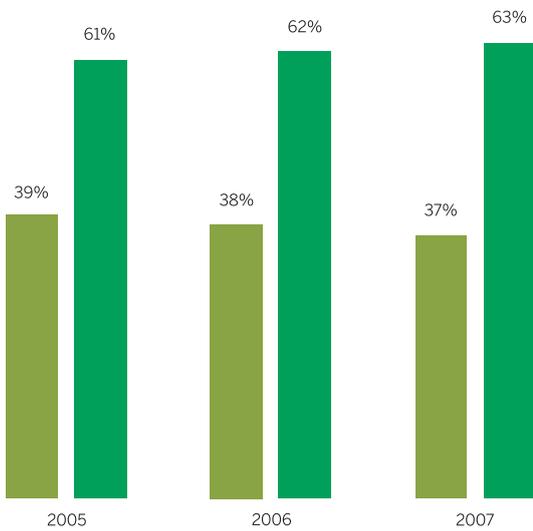
Por intervalos de antigüedad



Respecto a la distribución de la plantilla por sexo y tipo de contrato se observa un incremento paulatino de mujeres en nuestra organización, cuya presencia alcanza ya el 63% del total.

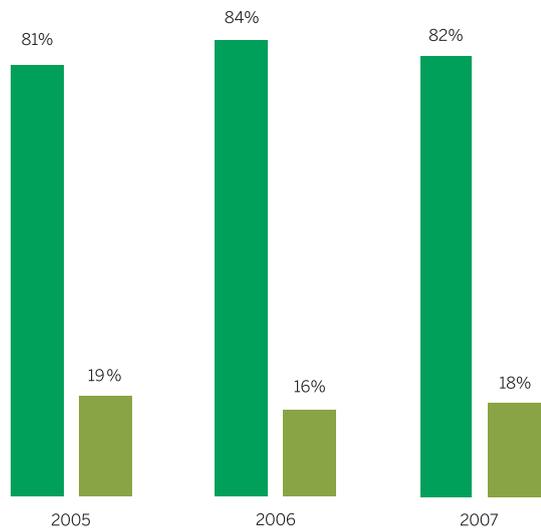
**DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL POR SEXO**

Hombre / Mujer



**DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL POR TIPO DE CONTRATO**

Fijo / No fijo



**63%**

**DE LA PLANTILLA SON MUJERES**

**10 años**

**ES LA ANTIGUEDAD MEDIA  
DEL PERSONAL DE LA EMPRESA**

Por otra parte, hay que resaltar el impulso de comunicación que, apoyado en las nuevas aplicaciones informáticas, se está llevando a cabo en la empresa para mantener un contacto continuo y fluido con todos los empleados de forma individualizada.

## Selección y formación

Durante el ejercicio, hemos potenciado nuestra política de selección y formación para cubrir las necesidades de empleo de las diferentes empresas del Grupo, centrando la mayor parte del esfuerzo en las nuevas aperturas y atendiendo, a la vez, a los requerimientos de los centros ya operativos.

El importante ritmo de crecimiento realizado en el ejercicio 2007 ha intensificado la búsqueda de profesionales a través de diferentes vías. Dada la situación actual del mercado de trabajo, caracterizado por una mayor escasez de profesionales del comercio minorista, se ha tenido que recurrir a todas las fuentes de acceso para contactar con posibles candidatos, desde la búsqueda directa hasta el uso de nuevas tecnologías como los portales de empleo o la propia web de El Corte Inglés.

Otro de los recursos que se han utilizado para la contratación de profesionales es la selección de personas extranjeras en sus países de origen, los cuales llegan a España con un contrato de trabajo y con un mínimo de formación que se les amplía en el momento en que se incorporan a las empresas del Grupo El Corte Inglés. Durante el ejercicio 250 personas fueron contratadas mediante este sistema.

Asimismo, hemos continuado colaborando con diversos centros docentes para ayudar a la incorporación al mercado laboral de estudiantes de Enseñanza Secundaria y Superior. De hecho, este año, alrededor de 1.700 alumnos han desarrollado prácticas en nuestro Grupo.

También se ha prestado especial atención a los colectivos con dificultades de inserción laboral, contando para ello con la colaboración de organismos oficiales, organizaciones no gubernamentales (ONG) e instituciones educativas.

La formación es uno de los aspectos fundamentales en el área de Recursos Humanos, además de uno de los elementos diferenciadores de la compañía. Todas las personas que se incorporan a la plantilla reciben una formación adecuada a su puesto de



Curso de Decoración en el Centro de Formación Herrera Oria (Madrid)

**La formación es fundamental en el área de Recursos Humanos, además de uno de los elementos diferenciadores de la compañía; todas las personas que se incorporan a la plantilla reciben una formación adecuada a su puesto de trabajo**

trabajo. Además, esa formación se va ampliando y especializando a medida que el profesional avanza en su carrera.

En el ejercicio 2007, al igual que en el año anterior, se han centrado los esfuerzos en mejorar la profesionalización y especialización del personal de venta.

Desde el punto de vista de la metodología de enseñanza, la mayor parte de esta actividad ha sido formación presencial, si bien se confirma el crecimiento paulatino de la formación a distancia gestionada a través de la plataforma Aul@ECI, especialmente en cursos dirigidos a la prevención de riesgos laborales.

Como ya se ha mencionado anteriormente, la concentración en el tiempo de cuatro aperturas de centros comerciales ha obligado al Grupo a poner en marcha, durante el ejercicio 2007, un ingente plan formativo con miles de cursos y programas adecuados a las personas que se incorporaron a la

plantilla. Muchos de estos profesionales han recibido varios cursos para desempeñar de forma óptima su trabajo y conocer los estándares de calidad y servicio al cliente que caracterizan a El Corte Inglés. Esto ha originado que la formación de inicio se haya incrementado de forma notable frente a la realizada durante el ejercicio pasado.

Para poder llevar a cabo este programa, se instalaron centros y aulas de formación en las localidades donde están ubicados los centros inaugurados en 2007. El proceso se completó con cursos específicos en el Centro de Formación que el Grupo tiene en Madrid y con prácticas reales en establecimientos de El Corte Inglés, Hipercor y Bricor.

Para este proceso de selección y formación de personal se contó con la colaboración de los servicios públicos de empleo de Castilla-La Mancha, Comunidad de Madrid, Comunidad Valenciana y Andalucía, comunidades en las que se encuentran los nuevos centros abiertos al público en 2007.

Todos estos planes formativos, que se han diseñado para hacer frente a las inauguraciones de los centros de Talavera de la Reina (Toledo), Arroyosur (en Leganés, Madrid), Elche (Alicante), Guadalajara y Jaén, se suman a los habituales que realiza el Grupo para sus empleados.

Los datos más significativos del ejercicio son:

CONTENIDOS	CURSOS	PRESENCIAL		ON-LINE	
		HORAS	ALUMNOS	HORAS	ALUMNOS
Mandos	406	136.133	5.492	2.146	1.790
Producto y oficios	4.453	762.801	43.951	112.906	118.800
Comercial y marketing	1.566	698.036	22.219	14.184	18.814
Administración e informática	2.802	409.563	36.240	30.046	29.523
Otros	373	75.144	4.945	8.277	6.627
<b>TOTAL</b>	<b>9.600</b>	<b>2.081.677</b>	<b>112.847</b>	<b>167.559</b>	<b>175.554</b>

Para el proceso de selección y formación de personal de los nuevos centros abiertos en 2007, se contó con la colaboración de los servicios públicos de empleo de Castilla-La Mancha, Comunidad de Madrid, Comunidad Valenciana y Andalucía

Duración media de los cursos	18 horas
Nº medio de alumnos por curso	12
Índice de rotación (formación presencial)	1,2

Durante este ejercicio 2007 también ha aumentado el número de personas inmigrantes que han participado en nuestros procesos de formación hasta llegar a 2.173 alumnos, frente a los 557 del año anterior. Con ello se ha conseguido, además, favorecer su integración.

## Promoción y reconocimiento

Nuestro Grupo entiende que la evolución de una compañía va ligada al desarrollo de la carrera profesional de su personal. Por ello, disponemos de un sistema de evaluación del desempeño y de consecución de resultados que estimula y anima al empleado.

En esta línea se enmarca la promoción interna, que permitió que durante el ejercicio fueran promocionadas 2.604 personas a puestos de mayor responsabilidad, con el siguiente desglose:

Otra manifestación de la vinculación del Grupo con su personal se produce cada año en la imposición de emblemas a las personas que cumplen 25 y 15 años de servicio. Durante el ejercicio se entregaron 668 emblemas de oro y 1.515 de plata a los profesionales que cumplieron cinco y tres lustros, respectivamente, de permanencia en la empresa. Este reconocimiento es una manera de premiar la fidelidad y constancia que estimulan y refuerzan nuestra cultura.

El desglose por empresas de los emblemas concedidos es el siguiente:

EMPRESA	TOTAL	PERSONAS	
		25 AÑOS	15 AÑOS
El Corte Inglés	1.504	598	745
Hipercon	548	30	433
Informática El Corte Inglés, Investrónica y Telecor	45		
Viajes El Corte Inglés	67	3	41
Otras empresas del Grupo	440	8	100
		13	162
		16	34
<b>TOTAL</b>	<b>2.604</b>	<b>668</b>	<b>1.515</b>

**Durante el ejercicio fueron promocionadas 2.604 personas a puestos de mayor responsabilidad**

## Relaciones laborales: plan de igualdad

Uno de los aspectos más destacados que ha tenido lugar en el marco de las relaciones laborales durante el ejercicio 2007 ha sido la negociación de un Plan de Igualdad para la sociedad El Corte Inglés.

El comienzo del ejercicio coincidió prácticamente con la aprobación de la Ley de Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres, que obliga a las empresas con más de 250 empleados a introducir planes de igualdad en la negociación colectiva. Un año antes de que entrara en vigor la norma, ya se había iniciado un proceso negociador con los representantes de los trabajadores.

Para ello se constituyó una mesa negociadora con todos los sindicatos con representación en la empresa (CC.OO., FASGA, FETICO y UGT) y se contó con la colaboración de un organismo independiente, el Instituto de la Mujer, que realizó un diagnóstico que sirvió de base para la negociación.

Tras el cierre del ejercicio, y ya en 2008, se firmó el Plan de Igualdad de El Corte Inglés, con la unanimidad de todos los sindicatos. El objetivo de este Plan es garantizar la igualdad de oportunidades a las mujeres y los hombres que trabajan en la compañía.

Los aspectos más importantes sobre los que incide el Plan son los relacionados con la incorporación de personal a la empresa, la potenciación de la información sobre acciones formativas, las medidas de conciliación de la vida familiar y laboral, la uniformidad, el análisis de los complementos retributivos y la promoción profesional.

## Seguridad y salud laboral

Dentro del área de seguridad y salud laboral, la prevención de riesgos laborales ocupa un lugar prioritario para el conjunto del Grupo. Por eso, en el transcurso del ejercicio 2007, el Servicio Mancomunado de Prevención del Grupo El Corte Inglés ha continuado trabajando en diversas líneas de actuación con el fin de avanzar en su política de integrar la prevención en los sistemas de trabajo.

En este sentido, se han mejorado los niveles de coordinación de las áreas que intervienen directamente en las labores de prevención; también se han revisado y actualizado las evaluaciones de riesgo de los puestos de trabajo y se ha progresado, de forma generalizada, en la evaluación de riesgos psicosociales.

Por último, hay que resaltar la detección y análisis de riesgos provocados por la concurrencia de actividades empresariales en nuestros centros de trabajo, así como la implantación de medidas de coordinación para evitar la proyección de riesgos en aquellas actividades desarrolladas por personal ajeno.

Otro de los aspectos en los que el Grupo se muestra especialmente sensibilizado es en el área de vigilancia de la salud. Dentro del desarrollo de las políticas de salud en los lugares de trabajo, se continúa en la línea de dar prioridad a las acciones preventivas en las que se incluye la realización de exámenes de salud cada vez más completos y eficaces. Para ello se utilizan protocolos en función de los puestos de trabajo y de los posibles riesgos que estos conlleven.

La conciencia social de protección a la maternidad no es ajena a la sensibilidad de la empresa. Durante el ejercicio hemos hecho un esfuerzo por mejorar la situación de la mujer en casos de riesgo laboral durante el embarazo. Se han elaborado los procedimientos oportunos para que las trabajadoras en esta situación, y cuando su estado de gestación no sea compatible con el trabajo, puedan acogerse al beneficio de la prestación y así preservar mejor su salud y la de su hijo.

## Beneficios sociales

Además de las condiciones especiales en compras y servicios internos que tienen nuestros empleados como clientes en las distintas empresas del Grupo destacan otros beneficios, como el seguro de vida colectivo, la posibilidad de realizar estudios superiores y diversos tipos de ayudas especiales.

El seguro de vida colectivo compensó indemnizaciones por fallecimiento e invalidez permanente durante el ejercicio por un valor de 7,97 millones de euros.

En cuanto al apoyo que se presta para el desarrollo intelectual y profesional de nuestros colaboradores, el Centro de Estudios Universitarios Ramón Areces (CEURA) acogió en el ejercicio 2007 a un total de 714 empleados, que cursaron estudios superiores en las diversas ramas que se reflejan en el cuadro adjunto.



**El Centro de Estudios Universitarios Ramón Areces (CEURA) acogió en el ejercicio 2007 a un total de 714 empleados, que cursaron estudios superiores**

CURSOS	ALUMNOS
<b>Licenciaturas</b>	
Economía. Administración y Dirección de Empresas	182
Derecho	122
Ingeniería en Informática	69
<b>Diplomaturas</b>	
Ciencias Empresariales y Comerciales	40
Empresas y Actividades Turísticas	117
Óptica	22
<b>Másters</b>	71
<b>TOTAL</b>	<b>714</b>

Asimismo, hay establecidas una serie de líneas de apoyo al estudio para hijos de empleados, que regula la Comisión Mixta de las Fundaciones César Rodríguez y Ramón Areces. En este sentido, se han concedido 1.667 ayudas por valor de 1,21 millones de euros, destinadas a estudios de formación profesional, bachillerato y cursos universitarios. También se han concedido 367 ayudas económicas a personal con hijos que tienen alguna discapacidad y que precisan educación especial.

## Asociación Grupo de Empresas

La asociación Grupo de Empresas El Corte Inglés (GECI) tiene como objetivo organizar actividades de carácter recreativo, socio-cultural y deportivo para todo el personal y sus familias. No obstante, aquellos empleados que lo desean pueden hacerse socios mediante el pago de una cuota periódica, lo que conlleva ventajas adicionales. En la actualidad cuenta con 9.000 asociados y 35.000 beneficiarios.

Entre las actividades que realiza destacan las culturales, deportivas y de ocio, aunque también organiza acciones de tipo humanitario, como la coordinación de campañas de donación de sangre, la recaudación de fondos para la ayuda a zonas que hayan sufrido catástrofes y la donación de material humanitario para distintas fundaciones y ONG.

Asimismo, la asociación dona un porcentaje de las cuotas de sus asociados a proyectos y programas humanitarios específicos en países necesitados.

## Diversidad e integración

El Corte Inglés ha valorado siempre las ventajas que ofrece la diversidad y pluralidad de culturas de las personas que integran nuestro Grupo. Esto ha permitido contar con una plantilla enriquecida con personas de distintos orígenes, intereses y habilidades. Por eso, al cierre del ejercicio el Grupo contaba con más de 6.650 empleados de nacionalidad distinta a la española, lo que supone alrededor del 6,1% sobre el total de la plantilla del Grupo.

**El Grupo contaba con más de 6.650 empleados de nacionalidad distinta a la española, lo que supone alrededor del 6,1% sobre el total de la plantilla**



Un grupo de niños del asentamiento de inmigrantes de Freedom Park, en el departamento minero de Rustenburg, República de Sudáfrica, un proyecto de alimentación en el que ha participado el GECI

Estas personas proceden de más de 60 países distintos, aunque la gran mayoría son de origen latinoamericano, ya que el idioma resulta determinante en nuestra actividad.

El Grupo El Corte Inglés mantiene una política encaminada a conseguir la igualdad de oportunidades de las personas discapacitadas en el ámbito laboral. Para ello ha puesto en marcha diversos tipos de acciones entre las que se encuentran la colaboración con Centros Especiales de Empleo para la subcontratación de servicios y la compra de productos fabricados en dichos centros. Uno de los aspectos que siempre ha valorado el Grupo es el alto nivel de calidad que se ofrece en ellos.

En relación con esta política que pretende favorecer la integración de dicho colectivo, durante el ejercicio 2007 se contrataron directamente a 108 personas, lo que supone un aumento de un 15,6% sobre el total de la plantilla en esta situación en 2006. También hemos colaborado con 75 Centros Especiales de Empleo, con los que hemos tenido una facturación en el año de 14,4 millones de euros, lo que representa un 27% más que el ejercicio anterior. Y hemos realizado donaciones a entidades dedicadas a la inserción de personas con discapacidad por valor de 375.000 euros.

En esta misma línea de integración se enmarca el Convenio de Colaboración con la Fundación ONCE, que se firmó en febrero de 2008 y que tiene como objetivo la inserción de personas con discapacidad en nuestro Grupo. Mediante este acuerdo, El Corte Inglés se ha comprometido a incorporar a la plantilla a más de 100 personas con discapacidad en un plazo de dos años.

14,4

**MILLONES DE EUROS**

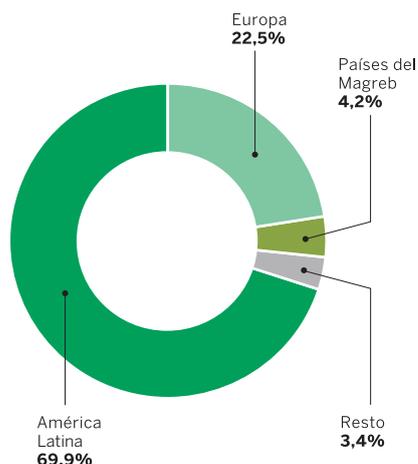
Facturación de los Centros Especiales de Empleo en el ejercicio 2007

27%

**DE INCREMENTO RESPECTO AL AÑO ANTERIOR**

**DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL EXTRANJERO**

Por país de procedencia



# Los Proveedores

El Grupo El Corte Inglés considera a sus proveedores como una parte esencial del negocio y como un aliado en ese camino de mejora constante hacia la excelencia del producto y del servicio. En este sentido, uno de los aspectos fundamentales es la colaboración que se mantiene con los suministradores.

**El trabajo de coordinación con nuestros proveedores es fundamental en nuestro modelo empresarial. Solo en los negocios de distribución contamos con alrededor de 30.000 proveedores**

Desde el inicio de su actividad, El Corte Inglés ha compartido sus objetivos y esfuerzos con el amplio conjunto de empresas proveedoras con las que mantiene relación. Consideramos que no hay otro modo de poder ofrecer la amplitud y profundidad de surtido en nuestros centros comerciales, manteniendo en todos los productos los más altos estándares de calidad y buscando de forma permanente la adecuación a los requerimientos de nuestros consumidores.

Ahora bien, los mismos esfuerzos que en un principio se enfocaron a conseguir un producto adecuado, se amplían ahora para poder garantizar el mejor funcionamiento de las fórmulas logísticas de aprovisionamiento y de la coordinación documental y contable, desde el propio pedido hasta la emisión del documento de pago.



Hay que tener en cuenta que durante el ejercicio se recibieron y procesaron unos 13 millones de facturas.

Por ello se ha venido realizando un trabajo relevante en la actualización de los sistemas de transporte, importación (en su caso), entrega y recepción de la mercancía, manipulación y exposición en el mobiliario adecuado para su exhibición al público.

Todo este trabajo de coordinación con nuestros proveedores es fundamental en nuestro modelo empresarial ya que, solo en los negocios de distribución (sin tener en cuenta otras actividades como Viajes, Informática, etc.) contamos con alrededor de 30.000 proveedores.

Dentro de este amplio número de suministradores también se puede observar la política de diversidad que mantiene la compañía, lo que se traduce en cordiales relaciones tanto con grandes fabricantes multinacionales como con pequeñas empresas regionales o locales, así como con agricultores, artesanos... Esto nos permite mantener unos vínculos estrechos con las comunidades en las que estamos implantados.

Asimismo, venimos trabajando con nuestros proveedores en el diseño de los sistemas más adecuados de promoción de los productos, mediante la colaboración en campañas publicitarias, acciones concretas de marketing, presentación pública o asesoramiento específico.

Respecto al compromiso ético que hace dos años se puso en marcha con los proveedores, hemos de valorar con satisfacción la respuesta recibida. A todos nuestros suministradores se les ha enviado una carta de invitación a la adhesión, animándoles a un compromiso común en el cumplimiento de principios éticos con los que se siente vinculado el Grupo El Corte Inglés.

## Respecto al compromiso ético que hace dos años se puso en marcha con los proveedores, hemos de valorar con satisfacción la respuesta recibida

Esta serie de compromisos, cuyo texto aparece en el recuadro final, se ha enviado a todos los proveedores de las empresas del Grupo. Al cierre del ejercicio 2007 se ha obtenido una respuesta muy positiva, ya que el acuerdo lo han suscrito la gran mayoría de los proveedores y, el resto, o están en proceso de hacerlo, o están ya adheridos a otra serie de códigos éticos que son equiparables al nuestro, participando plenamente de su sentido y objetivos.

## PRINCIPIOS QUE RIGEN LA RELACIÓN DE EL CORTE INGLÉS, S.A. (\*) CON SUS EMPRESAS PROVEEDORAS

El Corte Inglés, S.A., en la actividad que viene desarrollando en la distribución comercial de todo tipo de productos y servicios al consumidor final, fundamenta la relación con sus proveedores en los siguientes principios:

**Primero Garantía y seguridad de producto o servicio,** cumpliendo las normas y regulaciones que le sean de aplicación, así como las expectativas generadas al consumidor en cuanto a su origen, forma de elaboración y estándares de calidad.

**Segundo Cumplimiento estricto de las normas que regulen la actividad:** Toda Empresa que intervenga en la elaboración, transformación o manipulación del producto habrá de cumplir las normas que regulen su actividad específica, así como las referentes a relaciones laborales, respeto a los derechos humanos y colaboración al mantenimiento y mejora del medio ambiente.

**Tercero Cumplimiento de los términos acordados para la relación comercial:** Compromiso de cumplimiento de los términos contractuales acordados, condiciones y plazos de entrega, forma y plazo de pago.

**Cuarto Estabilidad de la relación:** Nuestro deseo es contar con unas relaciones prolongadas y estables con nuestros proveedores.

**Quinto Búsqueda de la excelencia:** Colaboración mutua en mejora de la calidad y desarrollo de producto y servicios, en el común objetivo de ofrecer la excelencia a nuestro consumidor.

**Sexto Lealtad y confianza:** Únicamente se acometen las relaciones basadas en la lealtad y confianza, con el compromiso de intercambio de aquella información que sea de utilidad para la consecución de estos objetivos.

(\*) El Corte Inglés, S.A. está adherida al Pacto Mundial de la O.N.U., así como a la Declaración de Principios Comunes de la 43ª Asamblea de la IADS.

En relación con estos **Principios de Actuación**, .....  
..... S.A., con domicilio en .....  
....., representada a estos efectos por D./D<sup>a</sup> .....  
....., actuando en su calidad de .....

### MANIFIESTA FORMALMENTE

**Primero** Que acepta y comparte los Principios de Actuación del Grupo de Empresas de El Corte Inglés, S.A., con sus Proveedores.

**Segundo** Que en el desarrollo de la actividad de producción, transformación y/o intermediación en los productos que provee al Grupo de Empresas de El Corte Inglés, S.A.:

- Respeto y apoya la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional, dentro de su marco empresarial y el de las empresas que en él colaboran.
- Evita verse involucrada en abusos de los derechos humanos.

**Tercero** Que dentro de su actividad empresarial, así como en el conjunto de las empresas que colaboran en la misma:

- Respeto el marco de condiciones laborales exigidas por la legislación nacional en vigor y así como las exigidas por la Organización Internacional del Trabajo, en especial en cuanto a la jornada de trabajo y descanso, salario y dignidad de la persona.
- Respeto la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo de derecho a la negociación colectiva.
- No participa en modo alguno en la realización de ninguna forma de trabajo ilegal, forzoso u obligatorio.
- Respeto las normas vigentes en relación con el trabajo de menores y abolición efectiva del trabajo infantil.
- No realiza discriminación ni trato injusto o desfavorable a los trabajadores por razones de raza, sexo o religión.
- Garantiza adecuadas condiciones de seguridad e higiene en el trabajo.

**Cuarto** Que en el uso de las materias primas con que trabaja, en los procesos productivos y el tratamiento de los residuos de los mismos, así como en el consumo de energía:

- Aplica criterios de precaución respecto de los problemas ambientales.
- Adopta iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.
- Alienta el desarrollo y difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente.

**Quinto** Que acepta que puedan acometerse actuaciones de comprobación de estos compromisos.

Esta tarea de elaboración, implantación y comprobación de un compromiso ético en nuestra cadena de suministro ha sido acometida con la ayuda de un grupo de trabajo en el que participan organizaciones y ONG como Intermón Oxfam, SETEM, Entreculturas, Codespa, CECU, OCU y Fiteqa. Hemos de agradecer su interés y disponibilidad desinteresada en este trabajo, que tan relevante está siendo en el análisis y atención de aspectos de especial importancia en nuestra actividad de distribución.

## La tarea de elaboración, implantación y comprobación de un compromiso ético en nuestra cadena de suministro ha sido acometida con la ayuda de un grupo de trabajo en el que participan organizaciones y ONG

Consideramos que ya estamos en la última fase de implantación de este código ético, que ha de contemplar medios transparentes de seguimiento y comprobación de cumplimiento. Para ello, se ha realizado un estudio piloto de autoevaluación de dichos compromisos en tres áreas geográficas de especial relevancia por condiciones de riesgo. Mediante cuestionarios específicos, los proveedores de estas zonas (se trata de países no europeos) han realizado un análisis interno de cumplimiento de todos aquellos aspectos relacionados con la ética en los negocios, los derechos humanos y laborales y el respeto al medio ambiente.

Además, durante el año 2007, se ha procedido al estudio de las diferentes iniciativas existentes en el ámbito europeo dirigidas a establecer unos estándares de verificación del funcionamiento de las empresas, que nos permita contar con los datos precisos para reforzar la realidad de aplicación de nuestro compromiso ético.

Se analizaron aquellas propuestas que abarcan realidades multiproducto, como es el caso de El Corte

Inglés, y áreas geográficas tan amplias como aquellas de las que proceden los artículos que ofrecemos a nuestros clientes.

Para la determinación del ámbito de la prueba piloto, así como en la elaboración de cuestionarios y análisis de las iniciativas, hemos estado asistidos por el mencionado grupo de trabajo.

La conclusión final ha sido la propuesta de adhesión a BSCI (*Business Social Compliance Initiative*), organización que ofrece varios años de experiencia y un estándar definido para la valoración de la realidad de las empresas de fabricación según unos códigos de conducta. La adhesión a esta organización se ha formalizado ya una vez iniciado el ejercicio 2008.

Al mismo tiempo, se ha considerado conveniente una toma de contacto con *Ethical Trading Initiative*, un organismo independiente que tiene como objetivo promover y mejorar los códigos de conducta en las cadenas de producción, y en el que tienen cabida ONG y organizaciones sindicales. La idea inicial de colaboración con esta institución, con sede en Londres, es promover un seminario en España en el que se presente la fórmula de colaboración entre empresas y organizaciones interesadas, que ya se ha ensayado en el ámbito del Reino Unido con resultados positivos.

Todo ello tiene como único objetivo avanzar en la colaboración mutua y en el compromiso de mejora con el fin de conseguir una distribución sostenible en un mundo que progresa en el cumplimiento de los derechos humanos y laborales y de respeto del medio ambiente.

De este modo, El Corte Inglés avanza en la aplicación de los principios incluidos en el Pacto Mundial, cuyo texto suscribimos.

# Medio ambiente

El Grupo El Corte Inglés ha continuado trabajando a lo largo del ejercicio 2007 en la integración de la variable ambiental en todas y cada una de las actuaciones derivadas del desempeño de su actividad comercial.

Las diferentes iniciativas lideradas por las empresas del Grupo se llevan a cabo bajo la observancia de los siguientes principios fundamentales: el consumo responsable de los recursos, la gestión adecuada de los residuos y la concienciación de la población.

El consumo responsable de los recursos ha llevado a nuestra organización a apostar por la utilización de energías renovables, a contemplar la eficiencia energética en la toma de decisiones y a fomentar el ahorro energético, mientras se continúa trabajando en la búsqueda de alternativas para minimizar el consumo de los materiales utilizados en nuestros procesos.

La gestión adecuada de los residuos implica la búsqueda del destino más apropiado para su recuperación, reciclaje o valorización y, en ese sentido, se ponen los medios necesarios para garantizar la recogida, almacenaje y posterior entrega a gestores autorizados.

La concienciación de la población conlleva acciones de formación y sensibilización dirigidas a empleados y clientes, ya que consideramos fundamental nuestra labor de comunicación para involucrar a la población en una forma de vida sostenible.

## Materiales

Somos conscientes de que la utilización de materiales de envase y embalaje supone uno de los mayores impactos ambientales de las empresas de distribución comercial. Nuestro objetivo, en este sentido, consiste en lograr un consumo responsable de los embalajes que entregamos a nuestros clientes.

El Grupo El Corte Inglés está trabajando activamente para la reducción del consumo de bolsas de plástico de un solo uso y la búsqueda de alternativas de materiales frente al plástico.

La utilización de bolsas biodegradables compostables fabricadas a partir de fécula de patata es ya una realidad en algunas áreas de nuestra empresa y la incorporación de bolsas reutilizables para uso de nuestros clientes se presenta como un nuevo objetivo del próximo ejercicio.

Las medidas citadas irán acompañadas de una campaña de formación a nuestros empleados y de comunicación a los clientes.

Todo ello de modo complementario al proyecto de sensibilización que se sigue llevando a cabo, en colaboración con la Asociación de Fabricantes de Plástico (Cicloplast), para promover entre nuestros clientes el reciclado de las bolsas de plástico mediante su depósito en el contenedor amarillo de envases ligeros.

Asimismo, se ha eliminado la capa de papel virgen que recubría las cajas de cartón utilizadas como embalaje, lo que nos permite afirmar que en la

actualidad son elaboradas con materia 100% reciclada, procedente en su mayor parte del residuo retirado de nuestros propios centros. Esta medida permite el ahorro de unas 4.500 Tm/año de materia prima, evitando la tala de 45.000 árboles al año.

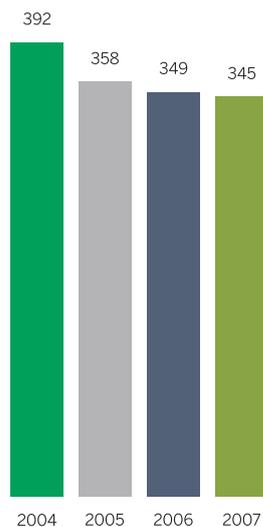
El proyecto de sustitución de cajas de cartón de envío de supermercado por contenedores de carácter retornable, iniciado en el ejercicio 2003, ha supuesto un ahorro total de 2.353 Tm de papel-cartón, equivalentes a 23.530 árboles.

Por otra parte, mediante acuerdos con nuestros proveedores, se ha procedido en las plataformas de distribución a la sustitución de los envases de cartón de un solo uso para perecederos por cestas de plástico reutilizables.

De igual modo, la implantación de la herramienta informática para la visualización de informes (EOS) sigue arrojando resultados positivos en la disminución del consumo de papel; concretamente, se ha conseguido reducir 4,3 millones de páginas en el ejercicio 2007. En el gráfico adjunto se puede observar la evolución del número de páginas generadas en nuestras impresoras de las Oficinas Centrales desde la introducción de esta medida.

#### PÁGINAS HOST POR AÑO

(Millones de páginas)



**Nuestro objetivo consiste en lograr un consumo responsable de los embalajes que entregamos a nuestros clientes**



Bolsa reciclable y compostable



Cajas de cartón hechas con papel reciclado

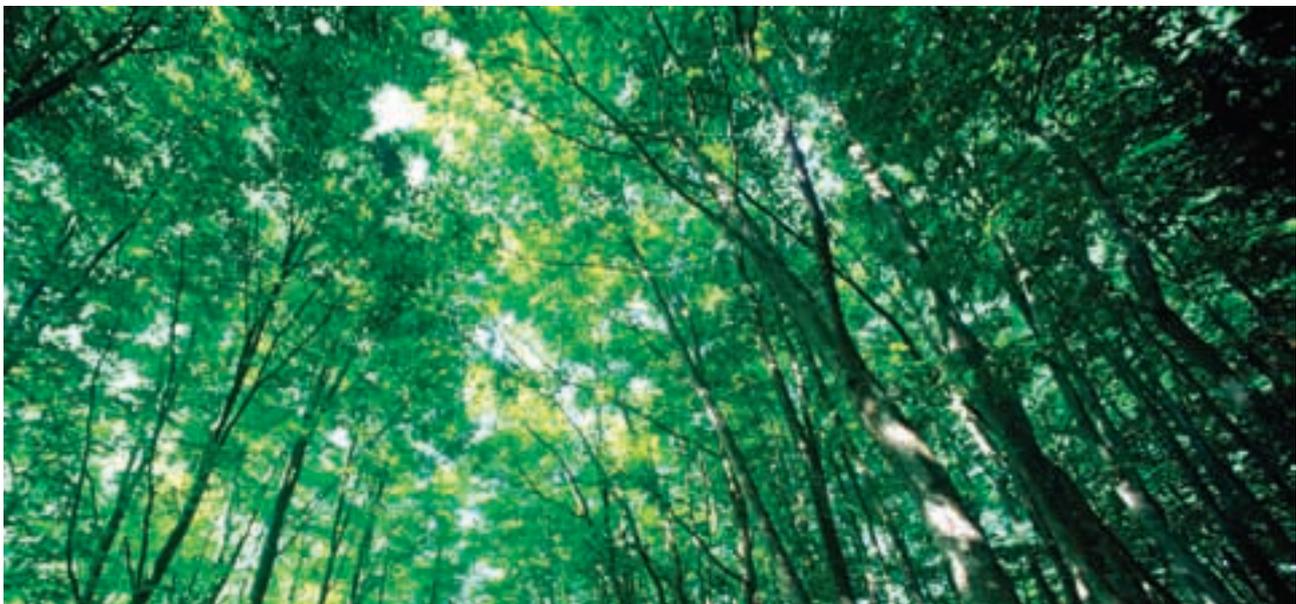
En este sentido, están en curso dos proyectos para la eliminación de papel en las transacciones comerciales con clientes:

- Por una parte, la sustitución del rollo físico de control (resumen de las transacciones realizadas en los terminales punto de venta) por registros informáticos. Esta medida ha sido adoptada en todos los centros de la organización.
- Por otra, la implantación de la firma electrónica, que supone la eliminación del talón de venta compuesto por varias copias en las transacciones de clientes con tarjeta de compra El Corte Inglés. Se encuentra operativa en la práctica totalidad de líneas de caja de supermercado e hipermercado y se ha iniciado su incorporación en otras áreas de la empresa.

Estas acciones suponen una disminución de los movimientos de documentación a los archivos centrales, un ahorro de espacio en nuestros almacenes y, durante el ejercicio 2007, la no emisión de 3,9 millones de talones de venta. Otras medidas complementarias ya implantadas en nuestra organización, y que contribuyen a la disminución del consumo de papel, son las siguientes:

- Acceso a la información personal del empleado a través de la Intranet corporativa (recibo salarial, información fiscal...).
- Biblioteca informática de normas y procedimientos internos.
- Impartición de programas de formación para empleados mediante la Intranet corporativa.

**La implantación de la firma electrónica supone la eliminación del talón de venta compuesto por varias copias en las transacciones de clientes con tarjeta de compra El Corte Inglés**



## Energía

El Grupo de empresas El Corte Inglés apuesta por el avance y la investigación en energías renovables. En este sentido, ha avanzado en la mejora de la calidad constructiva de sus edificios con el objetivo de optimizar su eficiencia energética, a pesar de no estar afectado por la Directiva para el comercio de derechos de emisión de gases de efecto invernadero.

La firma de diferentes acuerdos con distintas asociaciones viene a avalar el compromiso adquirido por nuestra organización contra el cambio climático. En el seno de la Organización *European Retail Round Table* (ERRT o Mesa Europea de Comercio al por Menor), El Corte Inglés, junto a otras trece grandes compañías europeas, se ha propuesto reducir su consumo energético y aumentar el uso de fuentes renovables. Igualmente, y como participantes en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, bajo el programa denominado “Protección del Clima”, se adopta el objetivo general de reducción de las emisiones de carbono procedente de nuestros productos, servicios y procesos.

Este compromiso se desarrolla plenamente en el diseño y edificación de nuestros centros comerciales donde, partiendo de los condicionantes arquitectónicos de ubicación, forma, volumen y orientación, se busca minimizar su futuro consumo energético.

Un ejemplo lo constituye el nuevo centro comercial de El Corte Inglés en Albacete, inaugurado el 23 de abril de 2008, donde se ha cuidado especialmente la selección de los materiales empleados en los detalles constructivos de las fachadas y de la totalidad de la envolvente térmica, con el objeto de disminuir la oscilación de temperaturas entre el interior y el exterior.

El edificio cuenta con dos áreas de análisis de reducción energética: los avances en el campo de la iluminación interior y un sistema de producción de energía fotovoltaica de última generación. La fachada sur incorpora 522 módulos fotovoltaicos que suponen una producción máxima de 62.000

kWh anuales, que evitarán la emisión de 23.750 kg de CO<sub>2</sub> al año. El centro cuenta en su interior con dos paneles informativos que aportan datos en tiempo real sobre la energía generada en la instalación solar fotovoltaica y su aportación al sistema convencional de distribución eléctrica de la zona.

# 522

**MÓDULOS FOTOVOLTAICOS**  
El Corte Inglés de Albacete

# 62.000 kWh

**PRODUCCIÓN MÁXIMA ANUAL**  
El Corte Inglés de Albacete



Módulos fotovoltaicos en El Corte Inglés de Albacete

Durante el ejercicio 2007, se ha continuado trabajando para la adopción de medidas tendentes a la disminución del consumo energético, básicamente en los sectores de iluminación, climatización y frío industrial. Entre las actuaciones acometidas, cabe destacar las siguientes:

- Sustitución de las lámparas incandescentes de las fachadas luminosas de Navidad de los centros comerciales por diodos emisores de luz (LED).
- Paulatina sustitución de lámparas convencionales por otras de alto rendimiento y de los transformadores convencionales por otros electrónicos.
- Dotación de detectores de presencia en zonas de poco tránsito para encendido y apagado automático de luminarias.
- Mejoras generales de aislamientos.
- Normas de apagado completo de equipos (no *stand-by*).
- Traslado de consumos fuera de horas punta.
- Realización de auditorías energéticas y estudios comparativos para centros similares.

Como resultado de estas iniciativas se ha conseguido un ahorro del consumo a centros comparables de 35 GWh, o lo que es lo mismo, una disminución del 2,3%, equivalente a la no emisión de 13,41 millones de kg de CO<sub>2</sub>.

# 10 %

**REDUCCIÓN DEL CONSUMO ENERGÉTICO TOTAL**  
Objetivo en un año

# 20 %

**DISMINUCIÓN DE LAS EMISIONES DE LAS EMPRESAS DEL GRUPO**  
Objetivo para el año 2020

Además de todos los logros conseguidos en el ejercicio 2007, el Grupo quiere seguir avanzando en la senda de la eficiencia energética con el fin de contribuir a una mejora del medio ambiente, adquiriendo los siguientes compromisos:

- Reducir el consumo energético total en un 10% en el ejercicio
- Disminuir las emisiones de las empresas del Grupo, contribuyendo al objetivo general de reducción de un 20% para el año 2020 con respecto a las emisiones del año 1990.

En este contexto y para conseguir esos fines, el Grupo utilizará los medios que tiene a su alcance para involucrar a empleados y clientes en la consecución de los objetivos de reducción de consumo energético.

Las medidas dirigidas a los empleados del Grupo El Corte Inglés son:

- Incorporación en la Intranet corporativa de consejos de ahorro energético.
- Elaboración de "Recomendaciones para el Ahorro de Energía".
- Formación directa a los responsables de mantenimiento de las instalaciones.
- Elaboración y difusión de "Normas de encendido y apagado", para la adecuación de los consumos a las necesidades reales.

Y en relación a las medidas dirigidas a los clientes, se ha iniciado una línea de colaboración con el IDAE (Instituto para la Diversificación y Ahorro Energético, dependiente del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio) que prevé diferentes actuaciones entre las que se encuentran las siguientes:

- Inclusión de consejos de ahorro energético en los manteles de las Cafeterías-Restaurantes de El Corte Inglés, así como en las jornadas que se organizan con los consumidores.
- Difusión de guías de ahorro energético.
- Divulgación de mensajes de respeto al medio ambiente en las visitas de colegios a los centros comerciales.

## Agua

Al no desarrollarse procesos industriales en los centros comerciales, el agua vertida al sistema integral de saneamiento es en principio inocua y puede asimilarse a cualquier vertido doméstico.

No obstante, los centros están dotados de los equipos necesarios para evitar la alteración de las características del agua vertida. Las cocinas de las Cafeterías-Restaurantes tienen instalados separadores de grasa para evitar su derrame a la red integral de saneamiento. Los túneles de lavado de vehículos cuentan, asimismo, con sistemas de decantación de agua que permiten su recirculación.

El Centro de Distribución de Valdemoro está dotado de una estación depuradora de aguas residuales que trata el 100% del agua generada, como paso previo a su vertido a la red de alcantarillado público.



## Productos

Se continúa reforzando la introducción, cada vez en mayor medida, de productos procedentes de agricultura ecológica. Durante el ejercicio 2007 se han puesto a la venta 46 nuevas referencias de producción ecológica de marca propia, bajo las marcas El Corte Inglés, Hipercor y *Special Line* y se tiene previsto el lanzamiento de 24 referencias más.

Se dota de mayor importancia a los espacios ecológicos dentro de nuestras tiendas e incluso se están realizando proyectos para acotar dichas zonas y darlos mayor protagonismo dentro de los hipermercados y supermercados de la organización.

### Se está reforzando la introducción de productos procedentes de agricultura ecológica; durante el ejercicio 2007 se han puesto a la venta 46 nuevas referencias de marca propia

Ya iniciado el ejercicio 2008, ha tenido lugar una colaboración con el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino por la cual El Corte Inglés ha promocionado en sus supermercados los productos ecológicos. Ha organizado, además, unas Jornadas Gastronómicas en los Restaurantes de El Corte Inglés, con un menú degustación realizado a base de productos ecológicos.

También en la actualidad, se están realizando estudios para la incorporación a nuestras tiendas de productos fabricados con algodón orgánico. Su puesta a la venta se plantea como un objetivo a corto plazo.

Cada año se colabora en los Planes Renove de Electrodomésticos organizados por las diferentes comunidades autónomas para potenciar la venta de electrodomésticos más eficientes energéticamente, comprometiéndonos a recoger los equipos usados del domicilio del cliente para su entrega a un reciclador autorizado.

## Emisiones

Nuestros centros comerciales garantizan el acceso a los mismos a través de transporte público, lo que facilita tanto a clientes como a empleados poder utilizar dichos medios para acudir a nuestras instalaciones. Un alto porcentaje de nuestro personal utiliza el transporte público para acudir a su centro de trabajo, lo que evita el consumo de miles de litros de combustible y la emisión de toneladas de CO<sub>2</sub> a la atmósfera.

Por otra parte, El Corte Inglés, de forma continuada, desarrolla procedimientos internos que permiten mejorar su cadena de suministro y distribución. La Plataforma Logística de Valdemoro permite optimizar los procesos de transporte. Esto, unido a las prácticas introducidas en la empresa, tales como envíos directos desde el proveedor al cliente final, aprovechamiento de los viajes de retorno de los camiones para transporte de material..., supone un importante ahorro de combustible y una reducción de la emisión de CO<sub>2</sub> a la atmósfera.

## Nuestros centros comerciales garantizan el acceso a los mismos a través del transporte público

La utilización de sistemas de videoconferencia y multiconferencia también contribuye a dicha reducción de emisiones, ya que facilita la comunicación y permite la resolución de problemas de trabajo sin desplazamientos del personal.

Un objetivo para el próximo ejercicio será la implantación de un sistema de registro de uso de videoconferencias y multiconferencias, que permita estimar las reducciones de emisiones por año.

## Residuos

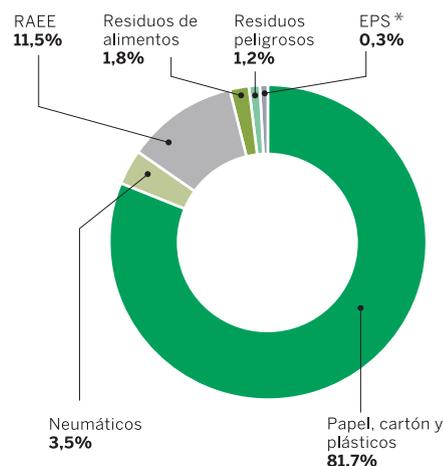
El Grupo de empresas El Corte Inglés continúa con su política de recogida y separación de los residuos hasta su entrega a gestores autorizados para su adecuado tratamiento, y garantiza la correcta trazabilidad de cada uno de los residuos entregados por nuestros clientes, o generados en nuestras instalaciones por la propia actividad de la empresa.

Por otra parte, se han firmado acuerdos con todos los Sistemas Integrados de Gestión (SIG) operativos en nuestro país, necesarios para garantizar el tratamiento de los diferentes residuos.

En el gráfico se recogen los residuos más importantes generados en el ejercicio 2007. La mayoría de los residuos gestionados presentan pequeñas variaciones con respecto a los del ejercicio anterior, si bien cabe destacar el importante aumento experimentado por los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE), que con un 11,5% pasan a representar la segunda fracción más importante en volumen, gestionada desde nuestros centros. El aumento experimentado responde, sobre todo, a la ampliación de cobertura logística implementada por los SIG.

### RESIDUOS PRODUCIDOS

En el ejercicio 2007



\* EPS: Embalaje de poliestireno expandido

Asimismo, es de destacar, que en este ejercicio, se han comenzado a valorizar los residuos orgánicos generados en algunos de nuestros centros, a través de su entrega en plantas de biometanización para la producción de energía limpia.

Para el nuevo ejercicio, pretendemos continuar aumentando la tasa de recuperación de RAEE, mediante la colaboración con los diferentes SIG. Para ello, está prevista la puesta en marcha de diversas acciones:

- Campaña piloto para la recogida, mediante contenedores situados en lugares de fácil visibilidad, de las lámparas afectadas por la Ley de Aparatos Eléctricos y Electrónicos.
- Campaña tragamóvil que permita en nuestros centros la recogida diferenciada de teléfonos móviles fuera de uso.

**Este año se han comenzado a valorizar los residuos orgánicos generados en algunos de nuestros centros, a través de su entrega en plantas de biometanización para la producción de energía limpia**

## Otras Actuaciones

El Grupo ha abierto una vía de colaboración con diferentes administraciones autonómicas, con el objeto de adoptar acuerdos para la promoción y el fomento de la calidad ambiental.

En este sentido, se ha suscrito un Convenio marco de colaboración entre la Conselleria de Territori i Habitatge de la Generalitat de Valencia, firmado el 16 de enero de 2007.

Y, actualmente, nos encontramos en la fase final de ratificación de acuerdos similares con las Comunidades Autónomas de Madrid, Murcia y Extremadura.

Por último, destacar que en el ejercicio 2007 se ha certificado el sistema de gestión ambiental, implantado en la División Comercial de El Corte Inglés, conforme a la norma ISO 14001.

# Integración en la sociedad

La integración en la sociedad es una de las líneas maestras que marcan la estrategia del Grupo desde sus orígenes. Esta vinculación con el entorno y sus ciudadanos ha estado siempre presente en la compañía, por eso cada vez que se inaugura un nuevo establecimiento, se considera primordial mantener una relación directa con la población y con sus instituciones. Esto nos permite conocer sus preocupaciones y necesidades y hacernos eco de sus prioridades.

## La integración en la sociedad es una de las líneas maestras que marcan la estrategia del Grupo desde sus orígenes

En este contexto, nos integramos en los ámbitos propios del comercio local al mismo tiempo que apoyamos aquellas manifestaciones culturales y sociales preferidas por la población. Nuestra colaboración con el entorno supone una vinculación en todos los sentidos, desde la relación con los proveedores instalados en la zona hasta la participación en tradiciones locales.

Además, por su amplia presencia en el territorio nacional y por su condición de líder de la distribución española, el Grupo El Corte Inglés está perfectamente integrado en la sociedad en su conjunto. Esto se traduce en una participación continua tanto en el plano institucional como en otro tipo de iniciativas que abarcan desde eventos deportivos y culturales, a proyectos educativos y sociales.

Esta política de integración en la sociedad se hace también extensiva al entorno urbano y medioambiental. De hecho, las construcciones de nuestros centros comerciales están pensadas y diseñadas teniendo en cuenta el entorno urbanístico y arquitectónico en el que se encuentran ubicados. Los nuevos edificios incorporan también diversos sistemas que contribuyen a las políticas de ahorro y mejora energética que promueven los organismos públicos competentes. Sin duda, es una tarea en la que tenemos que avanzar, pero en la que nos sentimos totalmente comprometidos.

## Representación institucional

El Corte Inglés considera que las instituciones constituyen la representación de la sociedad y, en este sentido, intentamos estar presentes en todos aquellos foros comerciales, empresariales o sociales en los que tenemos cabida o a los que se nos invita. De esta forma estamos más cerca de nuestros conciudadanos tanto a nivel nacional como regional o local.

En el cuadro siguiente se relacionan las principales organizaciones empresariales y patronales españolas y portuguesas con las que las empresas del Grupo mantienen una presencia activa. A ellas debemos añadir las organizaciones regionales y locales en las que, junto a las distintas Cámaras de Comercio, Industria y Navegación, también participamos activamente:

## ASOCIACIONES E INSTITUCIONES

### En España

**ACES** (Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados)

**ADFB** (Asociación de Distribuidores de Ferretería y Bricolaje)

**AEC** (Asociación Española de Consultoría)

**AECC** (Asociación Española de Centros Comerciales)

**AECO** (Asociación Española de Cadenas de Óptica)

**AECOC** (Asociación Española de Codificación Comercial)

**AENOR** (Asociación Española de Normalización y Certificación)

**AETCON** (Asociación Española de Cadenas de Tiendas de Conveniencia)

**AETIC** (Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones)

**ANGED** (Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución)

**APD** (Asociación para el Progreso de la Dirección)

**ASIMELEC** (Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica y Telecomunicaciones)

**ASNEF** (Asociación Nacional de Entidades de Financiación)

**AUTELSI** (Asociación de Usuarios de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información)

**CEOE** (Confederación Española de Organizaciones Empresariales)

### CLUB DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

**ICEA** (Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras y Fondos de Pensiones)

**INVERCO** (Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones)

**UNESPA** (Asociación Empresarial del Seguro)

**XBRL España** (*Extensible Business Reporting Language*)

### En Portugal

**APED** (Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição)

**CCILE** (Câmara de Comércio e Indústria Luso Espanhola)

**CIP** (Confederação da Indústria Portuguesa)

**COTEC PORTUGAL** (Associação Empresarial para a Inovação)

En el plano internacional, el Grupo y sus empresas están adscritos a diferentes instituciones empresariales o sectoriales como la Cámara de Comercio Internacional, la *European Retail Round Table*, IADS (*International Association of Department Stores*) y RADIUS (asociación internacional de agencias de viajes).

**Intentamos estar presentes en todos aquellos foros comerciales, empresariales o sociales en los que tenemos cabida o en los que se nos invita**

## Colaboración con organizaciones

La vinculación de El Corte Inglés con la sociedad se refleja también en la colaboración que mantenemos con numerosas organizaciones. En este aspecto, y al ser una empresa de distribución, destacan las relaciones que sostenemos con organizaciones de consumidores como OCU y CECU, con quienes intercambiamos información con el fin de mejorar nuestros compromisos de calidad y servicio al cliente. Ambas organizaciones, además, están integradas en el equipo de trabajo que analiza, como prueba piloto, el cumplimiento ético de un grupo de proveedores procedentes de terceros países.

Asimismo, El Corte Inglés colabora de muy diversas maneras con numerosas ONG entre las que figuran Intermón Oxfam, SETEM, Entreculturas y Codespa, que también forman parte de este grupo de trabajo.

Pero nuestra vinculación con las organizaciones no gubernamentales va más allá, ya que también tenemos diversos acuerdos de colaboración con otras entidades. Somos socios, entre otras instituciones, de la Fundación Empresa y Sociedad que centra su trabajo en promover la plena integración social de las personas desfavorecidas (inmigrantes, personas con discapacidad, jóvenes en riesgo, mayores, etc.).

También tenemos desde hace tiempo un acuerdo con la Fundación IUVE, una organización que pretende promover la cultura de la solidaridad e instar a los



Fotografía ganadora en el Apartado Personas Mayores, del Concurso On-Line, de la Semana de la Solidaridad

españoles a que ayuden a las personas necesitadas que viven tanto dentro como fuera de nuestro país. A través del programa “Un kilo de ayuda” todos los supermercados de El Corte Inglés, Hipercor, Supercor y Opencor ofrecen a sus clientes unas tarjetas de 1, 3 y 5 euros. Su recaudación se entrega a la Fundación IUVE, quien la destina a programas de alimentación, educación, vivienda o ayuda humanitaria de emergencia.

Otra de nuestras líneas de actuación es la colaboración que mantenemos con la Fundación Lealtad, cuya misión es fomentar la confianza de la sociedad en las fundaciones y organizaciones que cumplan un fin social, medioambiental o de cooperación al desarrollo. Entre el 3 y el 8 de marzo de 2008 se celebró la IV edición de la Semana de la Solidaridad que ha contado con la participación de más de 40 centros de El Corte Inglés situados en

### PRINCIPALES COLABORACIONES EN CENTROS

FUNDACIÓN	PROGRAMA	ACCIÓN	OBJETIVO
Fundación IUVE	Un Kilo de Ayuda	Venta de tarjetas de 1, 3 y 5 euros en todos los supermercados del Grupo	La recaudación se destina a los proyectos de ayuda que tiene en marcha la Fundación IUVE
Fundación Lealtad	Semana de la Solidaridad	Más de 40 centros de El Corte Inglés acogen a unas 30 ONG. Concurso fotográfico on-line	Las ONG explican a los clientes el trabajo que realizan. El concurso refleja la labor de los voluntarios de las ONG
Fundación Realiza	Venta de artículos en centros comerciales	El Corte Inglés cede espacio de venta y personal para que la Fundación comercialice los productos que elaboran sus asociados	La Fundación consigue un canal de venta para los productos que elaboran diversos colectivos desfavorecidos

las principales ciudades españolas. Estos centros han puesto a disposición de casi una treintena de ONG puntos informativos para que éstas puedan dar a conocer el trabajo que realizan. Este año se ha organizado, por primera vez, un concurso fotográfico *on-line* bajo el lema "Voluntariado, tu tiempo cuenta", en el que han podido participar las ONG incluidas en la Guía de la Transparencia de la Fundación Lealtad, mostrando la labor que desarrollan sus voluntarios.

Para ello se creó el *microsite* web [www.semanadelasolidaridad.org](http://www.semanadelasolidaridad.org) en donde los usuarios podían votar las fotografías que mejor reflejaban la labor de los voluntarios, según siete categorías establecidas (niños, mujeres, personas con discapacidad, mayores, pueblos indígenas, inmigrantes y otros). El Corte Inglés concedió premios por valor de 4.000 euros que las ONG ganadoras destinaron a proyectos de voluntariado.

También se mantiene una estrecha colaboración con la Fundación Realiza que se dedica a la integración social y laboral de minusválidos, discapacitados físicos y psíquicos y, en general, todos los grupos que sufren exclusión social. El Corte Inglés cede, de forma desinteresada, espacio de venta y personal en algunos de sus centros comerciales para que la Fundación pueda comercializar los productos que elaboran sus asociados.

El Corte Inglés también mantiene relación y colabora con los fines estatutarios de numerosas organizaciones como la Fundación Pequeño Deseo, cuya misión es hacer realidad los deseos de niños y niñas con enfermedades crónicas o de mal pronóstico con el fin de ayudarles a sentirse mejor anímicamente; la Fundación del Español Urgente, que intenta fomentar el buen uso de la lengua española; la Federación de Mujeres Progresistas, que persigue la defensa de igualdad de derechos y oportunidades para las mujeres; o Reporteros sin Fronteras, cuyo objetivo es defender la libertad de prensa y a los profesionales perseguidos en el ejercicio de su profesión.

Además de las colaboraciones estables que el Grupo mantiene desde hace tiempo con diversas organizaciones, también existen otra serie de acciones

puntuales que tienen gran trascendencia. En este contexto cabe citar, por ejemplo, la iniciativa que pusimos en marcha en diciembre de 2007 junto a la ONG *Save the Children* con motivo del lanzamiento en DVD de la película *Shrek III*. Con tal ocasión, se elaboró una galleta gigante por cuya venta se recaudó una cantidad de dinero que fue duplicada por El Corte Inglés. El monto total ha permitido escolarizar a 66 niños afectados por conflictos bélicos en distintas partes del mundo.

## Vinculación social

Esta política de cercanía con la sociedad y de integración en el entorno en el que estamos inmersos, tanto a nivel nacional como local, nos lleva a poner en marcha y a participar en numerosos programas y actividades de carácter cultural, social, educativo y deportivo. En conjunto, El Corte Inglés propicia más de 4.000 acciones de diversa índole que se adecúan a las peculiaridades del entorno en el que se desarrollan.

### DISTRIBUCIÓN DE ACTIVIDADES

En las que ha participado El Corte Inglés



Dentro de esta gran cantidad de actividades que se realizan, figuran algunos acuerdos de colaboración de gran trascendencia, como el firmado con la Expo de Zaragoza, por el que El Corte Inglés asume el papel de empresa patrocinadora, o los que existen con el Museo del Prado, con el Liceo de Barcelona, o con el Museo de Bellas Artes de Bilbao, donde el Grupo realiza una labor de mecenazgo desde hace tiempo.

## La cultura

El interés por la cultura es uno de los aspectos fundamentales dentro de las líneas de actuación de El Corte Inglés. Iniciativas relacionadas con la música, el arte, la literatura, el cine, la historia, la fotografía o el teatro, forman parte del conjunto de actividades en las que se participa o a las que se apoya.

En este contexto se enmarcan numerosas acciones como la colaboración con el Certamen de Teatro para Directoras de Escenas que celebra el Ayuntamiento de Torrejón de Ardoz (Madrid), el Festival de Jazz de Vitoria, el convenio con el Festival Internacional de Santander, la colaboración que se realiza con la Asociación de Danza y Artes Escénicas, o el apoyo al Concurso de Interpretación de Estoril (Portugal) que organiza la Associação Internacional de Música da Costa do Estoril.

También se participa de forma activa con otras organizaciones y asociaciones que llevan a cabo iniciativas de índole cultural, como el Premio Carmen Conde de Poesía, el Certamen de Pintura Deportiva que se organiza junto al diario Marca, el patrocinio del Premio El Corte Inglés en el Salón de Otoño, que convoca la Asociación Española de Pintores y Escultores, el Certamen de Pintura Rápida que se organiza en León y cuya recaudación se destina a restaurar obras de la Catedral, o el III Certame de Pintura Arte Nova Galega que se realiza en colaboración con la Asociación de Artistas Plásticos Gallegos.



Actividad de cuenta cuentos para niños de Ámbito Cultural, en Tenerife

En Castilla y León se firmó un convenio con la Universidad de Valladolid para financiar el cerramiento acristalado de la Capilla del Cristo de la Luz, obra de Gregorio Fernández.

También destaca el concierto extraordinario a favor de la Confederación Española de Organizaciones de Mayores, entre otras muchas actividades.

Además de las iniciativas que se desarrollan en colaboración con otras instituciones, El Corte Inglés organiza sus propias actuaciones, como la exposición en alguno de los centros comerciales de varias obras de arte contemporáneo realizadas por artistas de reconocido prestigio con motivo de la celebración de ARCO, la Feria Internacional de Arte Contemporáneo que tiene lugar en Madrid.

## La educación

Otro de los aspectos a los que el Grupo ha prestado especial atención es la educación y la enseñanza. Este interés, que ha quedado patente desde los orígenes de la compañía, tiene su reflejo en iniciativas propias de El Corte Inglés como el concurso de becas de investigación didáctica para centros escolares “Investiga a través del entorno y exponlo” que se desarrolla en la Comunidad de Madrid. En la última convocatoria, en la que El Corte Inglés concedió cinco becas y nueve menciones con una dotación conjunta de 27.200 euros, participaron de forma efectiva casi 4.200 alumnos y 373 profesores.

Otra iniciativa es el Concurso Escolar “Ellos fueron como tú” que se realiza con la Fundación Príncipe de Asturias.

El interés por las iniciativas educativas abarca todas las etapas formativas, desde las infantiles hasta las universitarias. En este último apartado existe una larga tradición en el patrocinio de las actividades culturales y deportivas de los colegios mayores de Madrid, y de forma especial, la colaboración con la Asociación Cultural de Música y Jazz del Colegio Mayor San Juan Evangelista. También se apoyan actividades en la Escuela Superior de Ingenieros de Telecomunicaciones.

La educación y formación de personas desfavorecidas ocupa, asimismo, un lugar destacado en la política de colaboraciones que realiza el Grupo. En este sentido, hay que destacar el acuerdo firmado con la Fundación Prevent para la concesión de becas destinadas a formación superior y universitaria de estudiantes discapacitados.

## La acción social

Uno de los grandes ejes en los que el Grupo ha centrado sus esfuerzos es la acción social. En esta área intentamos apoyar aquellas iniciativas que están vinculadas a los grandes asuntos que preocupan a la sociedad, como la igualdad de la mujer, la atención a colectivos necesitados y la ayuda al desarrollo, entre otros aspectos.

El abanico de iniciativas que desarrollamos en estos campos es enorme. El año pasado, por ejemplo, colaboramos en unas Jornadas Internacionales sobre la violencia contra la mujer. También se han organizado varias carreras populares de mujeres a beneficio de asociaciones contra el cáncer de mama.

El Corte Inglés fue también patrocinador de la última edición del festival “Ellas Crean” que organiza la Sociedad Estatal de Conmemoraciones Culturales coincidiendo con el Día Internacional de la Mujer. El objetivo de esta iniciativa es propiciar un encuentro social y cultural dedicado al pensamiento y la creatividad de las mujeres.

También mantenemos vinculación con organizaciones que trabajan en favor de colectivos necesitados o desfavorecidos como ocurre con la Fundación Bobath, una institución creada para la atención integral de las personas con parálisis cerebral o daño cerebral sobrevenido; con la Fundación Minusválidos en la Naturaleza, o con la Fundación Leucemia y Linfoma con quien colaboramos en el proyecto de apoyo social a las personas afectadas por enfermedades oncohematológicas.

Asimismo, mantenemos relación con la Asociación Cultural Norte Joven, una ONG de asistencia a colectivos marginados y dedicada a formar y atender a jóvenes en riesgo de exclusión social.

Contribuimos a financiar el Programa Cepyp-Uno que lucha contra las discriminaciones y desigualdades de toda clase en relación con el mercado laboral, y que está enmarcado dentro del Proyecto Equal Igualdad (adscrito a la iniciativa comunitaria Equal).

Entre las acciones que realizamos en colaboración con otras entidades figura nuestra participación en los Premios Solidaridad que organiza la revista Telva.

La ayuda al desarrollo es otra de las áreas en las que mantenemos una participación activa a través de organizaciones especializadas como la Cooperativa Vicenciana de Desarrollo (COVIDE-AMVE) a quien apoyamos en proyectos que lleva a cabo en África y Centroamérica, o con la Asociación Hogares Nuevo Futuro Perú y, en España, Nuevo Futuro Sevilla.

En este mismo marco de actuación hay que citar algunas de las iniciativas que desarrollan los empleados asociados al GECEI (Grupo de Empresas El Corte Inglés), como la que llevaron a cabo en marzo de 2008 junto a la ONG PROYDE. Gracias a su actuación, un total de 600 niños de la escuela infantil y primaria Freedom Park en la República de Sudáfrica recibirán almuerzo gratis durante dos años.

Los niños también son destinatarios de una atención especial por parte de El Corte Inglés, por lo que desde hace tiempo colabora con la Fundación Crecer Jugando en la campaña “Un juguete, una ilusión”. Esta acción permite que niños de países en vías de desarrollo puedan acceder a juguetes adecuados a su edad.

Este interés por los menores se refleja asimismo en la entrega de una tarjeta regalo a aquellas familias en las que se haya producido un parto múltiple, a partir de tres bebés.

Además, El Corte Inglés colabora con diversas organizaciones ofreciendo de manera altruista los recursos logísticos, técnicos y humanos de sus centros, como ocurrió en Cataluña con la venta en exclusiva del libro “37 historias solidarias alrededor del deporte”. La recaudación conseguida (más de 73.800 euros) fue destinada a la asociación barcelonesa Casal dels Infants del Raval.

## El medio ambiente

Una de las líneas de actuación que está cobrando mayor relevancia es la relacionada con el medio ambiente. En este sentido, hemos colaborado con la Federación de Jóvenes Investigadores en la celebración de unas jornadas que organizaron en Bilbao; hemos patrocinado el VII Congreso Nacional de Periodismo Ambiental y hemos apoyado la IV Semana de Ecología que organiza el Ayuntamiento de Hoyo de Manzanares (Madrid), entre otra serie de actividades.

**Intentamos apoyar aquellas iniciativas que están vinculadas a los grandes asuntos que preocupan a la sociedad, como la igualdad de la mujer, la atención a colectivos necesitados y la ayuda al desarrollo**

## El deporte

El deporte es una forma de favorecer la comunicación y el contacto entre las personas; por eso, El Corte Inglés ha apoyado desde sus inicios las actividades deportivas que contribuyen al desarrollo del individuo y fomentan la relación entre los mismos. En este sentido, es una de las entidades patrocinadoras de los programas Apoyo al Deporte Olímpico (ADO) y Paralímpico (ADOP).

También se participó en la celebración de la 32<sup>nd</sup> America's Cup y se firmó un acuerdo con Vive Valencia (consorcio formado por el Ayuntamiento y la Generalitat Valenciana) por el cual El Corte Inglés patrocinó una serie de eventos paralelos a la competición de vela.

Algunas de las iniciativas que el Grupo lleva a cabo tienen un carácter global al realizarse en diversas comunidades autónomas, como es el caso del Torneo Social de Golf El Corte Inglés, que organiza la compañía y que cuenta con una larga tradición.

Una de las actividades deportivas más relevantes es la Cursa El Corte Inglés que se organiza en Barcelona y que se ha convertido en un referente mundial del atletismo deportivo con más de 53.300 participantes en la edición de 2007.



Torneo Social de Golf El Corte Inglés

El apoyo a actividades deportivas está ampliamente extendido y se realiza en todas las zonas geográficas en las que está implantado El Corte Inglés. En Portugal, por ejemplo, se participa entre otros eventos en la Lisboa Antiga de Bicicleta, el Bike Tour y en los Open de Oporto y Estoril. En Málaga, El Corte Inglés e Hipercor patrocinan el Día de la Bicicleta; en Alicante se patrocina la Vuelta Ciclista y en Las Palmas se organiza la Carrera Popular El Corte Inglés.

Pero quizá una de las acciones en las que más destaca El Corte Inglés es en el patrocinio de actividades deportivas para personas minusválidas. Colaboramos con la Fundación FEMAD, una asociación que tiene como finalidad facilitar el conocimiento y desarrollo deportivo de las personas discapacitadas en todos los aspectos relacionados con la naturaleza, el montañismo y la escalada, a través de la formación, la enseñanza y la difusión de la investigación médico-deportiva, con el objetivo de lograr su plena integración y rehabilitación. Asimismo, patrocinamos con la Fundación También actividades de esquí y piragüismo adaptado.

A todo ello hay que añadir las numerosas actividades deportivas que se realizan en todas las comunidades autónomas y que están vinculadas a tradiciones locales.

## Una de las acciones en las que más destaca El Corte Inglés es en el patrocinio de actividades deportivas para personas con discapacidad



XIV Milla regional Virgen de San Lorenzo para discapacitados. Valladolid



Cursa El Corte Inglés 2007. Barcelona



Torneo interescolar Osasuna. Pamplona



Día de la Bicicleta. León

## Tradiciones locales

Muchas de las iniciativas que se desarrollan en las zonas donde está implantado El Corte Inglés tienen un marcado carácter local, lo que constituye una muestra más de la política del Grupo por estar cerca del ciudadano y responder a las demandas de la sociedad allí donde realiza su actividad. En este contexto cabe señalar la organización del Torneo de Bolos Leoneses El Corte Inglés, o del Corro Infantil y Juvenil de Lucha Leonesa El Corte Inglés; o la XXX Carreira Pedestre Popular Camiño de Santiago.

En Asturias, El Corte Inglés cumplió en el ejercicio 20 años como patrocinador del evento deportivo más emblemático de la región: el descenso del río Sella, una prueba de maratón piragüista que se rodea de un acontecimiento festivo declarado de Interés Turístico Internacional. Y en Cantabria tienen lugar las Jornadas Bolísticas Hipercor, en la modalidad Bolo Palma, la más tradicional de la Comunidad.

El XXXII Campeonato de Aficionados de Galotxa Trofeo El Corte Inglés pone de manifiesto la vinculación del Grupo con la sociedad valenciana, al patrocinar el torneo de esta modalidad de juego de pelota. La compañía es también patrocinadora de las regatas y de la Liga que organiza la Asociación de Clubes de Traineras en las comunidades de la cornisa cantábrica.

La regata Rías Baixas-Trofeo El Corte Inglés se ha convertido en la competición más importante en la zona sur de Galicia, y lo mismo ocurre en las Rías Altas.

Pero no todas las actividades relacionadas con las tradiciones y el folclore local son de carácter deportivo. En Murcia, por ejemplo, se organiza una jornada de demostración de bordados con bolillos; en Mallorca se acoge la exposición “Majórica. Más de un siglo de perlas”; en Granada se participó en el movimiento popular “Voto por la Alhambra” para proponer a este monumento como Nueva Maravilla del Mundo; y en Pamplona se patrocina un Concurso Infantil de Carteles de San Fermín.

## Actividades en los centros

Además de las actividades que se organizan en diferentes ámbitos sociales o que se desarrollan en colaboración con otras instituciones, El Corte Inglés ofrece una amplia variedad de iniciativas culturales y sociales dentro de sus establecimientos. Es el caso de la exposición “Trajes Regionales de Papel”, que muestra más de 50 trajes realizados a tamaño natural y que ya ha recorrido diversos centros. Y también de la exposición “Soldaditos de plomo” que exhibió, en El Corte Inglés de Callao (Madrid), más de 1.000 piezas únicas hechas a mano, algunas de ellas de gran antigüedad procedentes de diferentes puntos de Europa.

La muñeca Barbie, vestida con modelos de prestigiosos diseñadores internacionales, se ha convertido en una estrella de excepción en la exposición que se ha organizado en varios centros comerciales.



A todo ello hay que añadir las numerosas actividades de índole estrictamente cultural, presentaciones de libros, conferencias, cursos temáticos, exposiciones plásticas, audiciones musicales y proyecciones audiovisuales, que organiza **Ámbito Cultural de El Corte Inglés** en los veinte centros donde tiene implantación a través de sus aulas.

El patrocinio de premios literarios, entre los que destaca el Premio Primavera de Novela -en cuya edición del 2007 ganó Nativel Preciado con "Camino de hierro" y fue finalista Care Santos con "La muerte de Venus"- constituye el objetivo prioritario de **Ámbito Cultural de El Corte Inglés** en su afán divulgador de la cultura.

En el apartado de canto, el premio "Manuel Ausensi" para voces líricas constituyó, una vez más, el más importante hito en este tipo de certámenes convocados en España.

Proseguimos nuestra política de colaboración con instituciones públicas y privadas -universidades, fundaciones, eventos singulares del mundo cultural, gremios profesionales del área librera y editorial- apoyando campañas gubernamentales como la de Fomento de la Lectura y participando en foros culturales nacionales e internacionales.

Además, coincidiendo con el Día del Libro, el 23 de abril, nos sumamos a la celebración de "La noche de los libros", con todo tipo de actos culturales: coloquios, charlas, lecturas continuadas de textos, firmas de autores, música en directo..., en varios de nuestros centros, que permanecieron abiertos hasta las 12 de la noche. Asimismo, hemos realizado más de 150 actos de firmas de libros con los autores más destacados del panorama literario o con relevancia mediática: Noah Gordon, César Vidal, Matilde Asensi, Ian Gibson, Francisco Ibáñez... Y, coincidiendo con la salida del 7º y último libro de Harry Potter, se organizaron fiestas en los centros, con magos, animadores y personajes alusivos disfrazados, concentrando numeroso público juvenil en los establecimientos.

La Noche en Blanco es un acontecimiento cultural que se desarrolla en varias capitales europeas. En el mes de septiembre tuvo lugar su segunda celebración en Madrid, contando con el patrocinio y la participación de El Corte Inglés.

También se realizan actividades para niños como juegos de magia, marionetas y, especialmente, cuentacuentos con el objetivo de fomentar el hábito por la lectura entre los más pequeños.

Ya dentro del ejercicio 2008, se ha puesto en marcha la página web [www.ambito-cultural.es](http://www.ambito-cultural.es) que quiere convertirse en un autentico foro de la cultura en español.

## El patrocinio de premios literarios, entre los que destaca el Premio Primavera de Novela, constituye un objetivo de **Ámbito Cultural de El Corte Inglés** en su afán divulgador de la cultura



Exposición Barbie: 50 años de moda

# Fundación Ramón Areces

La Fundación Ramón Areces fue constituida el 16 de marzo de 1976 por D. Ramón Areces Rodríguez, anterior Presidente de El Corte Inglés, quedando clasificada como Fundación Cultural Privada.

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

El objetivo fundamental de la Fundación es el fomento y desarrollo de la investigación, la educación y la cultura en España. Sus líneas de actuación son:

- La adjudicación de ayudas a la investigación, financiando proyectos y trabajos en nuevas disciplinas y facilitando el desarrollo de técnicas y procedimientos científicos innovadores, mediante la convocatoria de Concursos Nacionales de Ayudas a la Investigación Científica y Técnica, y a la Investigación en Economía.
- La Fundación desarrolla un programa de becas de ampliación de estudios en el extranjero, que permite la formación de los posgraduados españoles en los principales centros de investigación del mundo. La dotación de estas becas contribuye a la formación de investigadores y profesionales altamente cualificados.
- La Fundación lleva a cabo, durante el año académico, un amplio programa de actividades docentes y culturales mediante la celebración de simposios internacionales, reuniones científicas y ciclos de conferencias, que la ha convertido en



Sede de la Fundación Ramón Areces, c/ Vitruvio, 5 (Madrid)

- un prestigioso foro de debate e intercambio multidisciplinar de conocimientos.
- Colabora con otras instituciones españolas para la protección, conservación y divulgación del patrimonio artístico nacional, así como para la promoción de la investigación y de las diversas manifestaciones de la cultura.
- Publica obras de interés científico, histórico, cultural y económico, que constituyen un fondo editorial que recoge, por una parte, el fruto de diversos trabajos de investigación, simposios o ciclos de conferencias que se han desarrollado en la sede de la Fundación y, por otra, textos procedentes de destacados autores o colaboraciones con prestigiosas instituciones.

Entre las principales actividades realizadas en el año 2007 destacan las siguientes:

#### CONCURSOS NACIONALES PARA ADJUDICACIÓN DE AYUDAS A LA INVESTIGACIÓN

- **Investigación científica y técnica:** Se patrocinaron 64 proyectos en las siguientes materias: Diagnóstico molecular, Bases moleculares y celulares de la inflamación aguda y crónica, Catálisis homogénea, Materiales fotovoltaicos, Mejora genética y protección de cultivos, Diseño de biosensores, Marcadores genéticos y farmacogenéticos, Mecanismos celulares y moleculares de la aterosclerosis, Enfermedades raras y emergentes, Mecanismos moleculares de la memoria, Bioenergía y Resistencia de las plantas a la contaminación.
- **Investigación en Economía:** Se financiaron 24 proyectos en las siguientes áreas: Macroeconomía, Economía internacional, en particular el tema "España y el futuro de la Unión Europea", Economía pública, Economía de la salud, Economía laboral, Economía industrial y regulación y Economía industrial y servicios.

#### BECAS

##### Para ampliación de estudios en Universidades y Centros de Investigación en el extranjero:

- Economía y Derecho de la Unión Europea: 36 becarios.
- Ciencias de la Naturaleza: 55 becarios.

#### ACTOS DOCENTES Y CULTURALES

- **Simposios Internacionales** sobre Cáncer, Gestión del agua, Genética, Bioquímica, Innovación y Globalización, Química, Matemáticas, Economía, Esclerosis Múltiple y Malaria.
- **Reuniones científicas de Economía.**
- **Ciclos de Conferencias** que han tratado temas de Medicina y Derecho y Geografía.
- **Ciclo de música de cámara.** Diálogos con Franz Schubert.

#### COLABORACIÓN CON INSTITUCIONES

- **Con Reales Academias:** de la Historia, Nacional de Medicina, de Ciencias Morales y Políticas y de Jurisprudencia y Legislación.
- **Con Fundaciones y otras instituciones:** Fundación Severo Ochoa-Centro de Biología Molecular, Fundación Albéniz, Fundación Biblioteca de Literatura Universal, Fundación Universidad Carlos III, Fundación General de la Universidad Autónoma de Madrid, Fundación Reina Sofía, Fundación Carlos de Amberes, Fundación de Estudios de Economía Aplicada, entre otras.

#### PUBLICACIONES

- **Edición de los Tomos I al V de El Tumbo de los Reyes Católicos del Concejo de Sevilla, R. Carande y J. M. Carriazo.** Reedición facsímil, y Tomo XIII (Índices, vols. I-XII), M. Fernández e I. Franco. Se culmina así la edición de casi 4.000 documentos dirigidos por los Reyes Católicos a la ciudad de Sevilla entre 1474 y 1509, conservados en el Archivo Municipal de Sevilla.

#### CONDECORACIONES

- El 30 de enero de 2007, el Presidente de la Fundación Ramón Areces recibió la **Medalla de Oro de la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas.**
- El 23 de octubre de 2007, la Asociación Española de Fundaciones concedió la **Medalla de Honor 2007 a la Fundación Ramón Areces.**

# Aportación a la Renta Nacional

En el ejercicio 2007, la aportación a la Renta Nacional, realizada por el Grupo de empresas El Corte Inglés, fue de 4.424,60 millones de euros, con un aumento del 5,8% en relación a la cifra del ejercicio anterior, presentando la siguiente distribución:

CONCEPTO	Millones de euros	%
Participación del personal	2.512,28	56,8
Remuneraciones	1.793,52	
Cargas sociales	718,76	
Participación de la empresa	823,72	18,6
Participación de los accionistas	64,10	1,4
Participación del Estado, Comunidades Autónomas y Corporaciones Locales	1.024,50	23,2
<b>TOTAL</b>	<b>4.424,60</b>	<b>100,0</b>

## APORTACIÓN A LA RENTA NACIONAL

