

**El Corte Inglés**

INFORME  
NO FINANCIERO  
2019



## EL CORTE INGLÉS AVANZAMOS JUNTOS

Para El Corte Inglés, cada avance, cada mejora conseguida en el ejercicio 2019, es el inicio de un firme camino de futuro.

Un camino por el que seguir avanzando para mejorar la vida de las personas, contribuir a proteger el medio ambiente, promover el consumo responsable e impulsar el desarrollo económico.

Un camino de confianza, de evolución constante hacia una sociedad más positiva, sostenible y cada vez más humana.

**ÍNDICE**

<b>EL GRUPO EL CORTE INGLÉS EN CIFRAS</b>	7
<b>CARTA DE LA PRESIDENTA</b>	11
<b>GRUPO EL CORTE INGLÉS</b>	15
<b>BUEN GOBIERNO CORPORATIVO</b>	23
<b>EL CLIENTE</b>	37
<b>EQUIPO COMPROMETIDO</b>	63
<b>CADENA DE SUMINISTRO</b>	91
<b>MEDIO AMBIENTE</b>	107
<b>SOCIEDAD</b>	129
<b>COMENTARIOS POR LÍNEAS DE NEGOCIO</b>	147
<b>LA GESTIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES EN EL GRUPO EL CORTE INGLÉS</b>	179
<b>SOBRE ESTE INFORME</b>	187
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS REQUERIDOS POR LA LEY 11/2018 E INDICADORES GRI</b>	195
<b>INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME NO FINANCIERO CONSOLIDADO</b>	221

## EL GRUPO EL CORTE INGLÉS EN CIFRAS

Las cifras de 2019 reflejan la solidez empresarial y la posición de la compañía como referente del comercio minorista en España. Esto nos permite afrontar el futuro con optimismo.

Tras los positivos resultados se encuentra un gran capital humano: nuestros empleados, proveedores y clientes que caminan hacia objetivos comunes.

**15.261** MILLONES € de  
**FACTURACIÓN**  
(+1,2% con respecto a 2018<sup>1</sup>)

**1.097** MILLONES € de  
**EBITDA**

**310** MILLONES € de  
**BENEFICIO NETO CONSOLIDADO**  
(+20,1% con respecto a 2018)

**344** MILLONES € en  
**INVERSIONES**

**88.268** **PLANTILLA FÍSICA**  
(89,6% empleados fijos)

**64%** **MUJERES**

**2.391** MILLONES € en  
**GASTOS DE PERSONAL**

+ de **1,7** MILLONES de  
**HORAS DE FORMACIÓN**

**2.052** **PUNTOS DE VENTA**

**2,5** MILLONES de  
**REFERENCIAS ACTIVAS  
EN RETAIL**

+ de **700** MILLONES de  
**VISITAS ANUALES A  
NUESTROS CENTROS**

+ de **484** MILLONES de  
**VISITAS A NUESTRAS WEB**

**60.552** **PROVEEDORES**

**11.345** MILLONES € en  
**VOLUMEN DE COMPRA**

**81%** del VOLUMEN DE COMPRA se realiza a  
**PROVEEDORES REGISTRADOS  
EN ESPAÑA**

+ de **2.900** **AUDITORÍAS**  
a fábricas de proveedores

<sup>1</sup> Cifras modificadas a efectos comparativos por la discontinuación de IECISA.

## CARTA DE LA PRESIDENTA



El Grupo El Corte Inglés ha consolidado en el ejercicio 2019, cerrado el 29 de febrero de 2020, su fortaleza empresarial y su posición de referente del comercio minorista en España. La solidez del Grupo, relevante también en otros sectores como el de seguros, viajes, real estate o tecnologías de la información, nos ha permitido afrontar con enormes garantías crisis tan relevantes como la producida por la pandemia del Covid-19.

En 2019, los datos de actividad nos permiten hablar de un ejercicio activo y dinámico. Como se puede comprobar en este informe, la evolución ha sido positiva y los resultados satisfactorios: 2019 ha sido el mejor de los últimos cinco años.

Hay tres grandes motivos para sentirnos satisfechos con los resultados del último ejercicio y para basar en ellos una gran esperanza de futuro:

Primero, el beneficio neto de 310 millones de euros, un 20% más que en el año anterior. Es una mejora no sólo cuantitativa, sino cualitativa. Este beneficio demuestra el acierto en la gestión.

Segundo, la reducción de la deuda en 638 millones de euros, gracias principalmente a la generación de caja. Hemos mejorado nuestras condiciones de financiación bancaria tras el acuerdo firmado en febrero con un total de veinticuatro entidades. Eso significa que el sistema financiero cree, respalda y confía en El Corte Inglés, gracias a los esfuerzos que estamos realizando y a la expectativa de resultados futuros.

Y, tercero, hemos mejorado en todas las magnitudes: en ventas hasta alcanzar los 15.261 millones de euros, lo que representa un incremento del 1,2%, creciendo en ebitda un 5,4%... pero, sobre todo, hemos mejorado en rentabilidad.

Estos tres motivos adquieren, además, mayor dimensión si se tiene en cuenta que nuestra actividad en el ejercicio se ha desarrollado en un contexto general de desaceleración suave, pero mantenida a lo largo de los últimos años: si el crecimiento del PIB alcanzó su mayor tasa en 2015 con un 3,8%, descendió al 3% en 2016; al 2,9 en 2017; al 2,4 en 2018 y al 2% en 2019.

## LÍNEAS DE ACTUACIÓN

En el último ejercicio hemos perseverado en lo que nos define como empresa, focalizándonos en el máximo cuidado del producto y el servicio al cliente, en la mejora de nuestras tiendas como lugares de experiencias únicas y en potenciar las bases para el desarrollo de nuevos negocios, incluidos relevantes acuerdos con otros operadores.

Entre estos acuerdos destacan por su trascendencia los alcanzados con el Grupo GFI y con Cellnex. El primero ha permitido la integración de Informática El Corte Inglés (Iecisa) en el grupo multinacional de origen francés. Con ella se crea un nuevo líder tecnológico europeo, se generan sinergias y se garantiza una amplia presencia internacional. El segundo ha consistido en transferir a Cellnex los derechos de explotación de las cuatrocientas antenas de telefonía que tenemos en nuestros establecimientos. Esto nos ha permitido, entre otras ventajas, incorporar a los centros comerciales la tecnología necesaria que requiere el 5G sin realizar inversiones adicionales.

Al mismo tiempo se han puesto las bases para el desarrollo de nuevos negocios que nos aporten valor, permitan una mayor diversificación y ayuden al crecimiento del Grupo. Hemos creado una unidad de negocio de *real estate* con la finalidad de reordenar y transformar los activos inmobiliarios; trabajamos en la ampliación de alianzas para generar más ingresos en Financiera El Corte Inglés; y, en logística, estamos desarrollando nuevas áreas de actividad de las que esperamos presentar pronto resultados visibles.

En cuanto al producto, base de nuestro negocio, su cuidado y mejora ha sido y seguirá siendo una de nuestras prioridades. Renovamos permanentemente el surtido. Seguimos teniendo y ampliando la mayor oferta de firmas de moda. Buscamos que las colecciones de nuestra marca propia creen tendencia. Nos esforzamos en ofrecer las últimas novedades tecnológicas. Buscamos la máxima variedad y calidad en cosmética, belleza o en productos para el hogar. Y, nuestras tiendas de alimentación son las más completas del mercado.

Nuestro objetivo sigue siendo el que fue una de las claves del éxito de nuestra empresa: que nuestros clientes encuentren en El Corte Inglés todo lo que necesitan, en una sola visita y con plena satisfacción.

Por ello seguiremos desarrollando la filosofía de convertir nuestros centros en lugares de experiencias, vivencias y sensaciones únicas. Ya lo son en las propuestas gastronómicas, que han hecho de El Corte Inglés un destino de referencia. Lo son en nuestros espacios de venta, que procuran ser un reflejo de los acontecimientos más singulares, como ARCO, la feria del arte contemporáneo que se celebra en Madrid. Lo son en Navidad, que convierte a nuestras tiendas en un espectáculo de luz, colorido y gran atracción para todos los públicos. Lo son en el ámbito cultural, que convirtió a El Corte Inglés en punto de cita para todo tipo de acontecimientos, como presentaciones y firma de libros. Lo son en los espacios de realidad virtual o de salud y belleza. Y lo son en el ámbito de la asesoría de moda, con el exclusivo servicio de *Personal Shopper*, muy valorado por nuestros clientes.

Y lo son también en nuestra tienda *online*. En 2019, El Corte Inglés ha dado pasos importantes en su proyecto omnicanal. Seguimos con el desarrollo del comercio electrónico, con cifras que demuestran un progreso adecuado. Hemos avanzado en digitalización y lo seguiremos haciendo con nuevas herramientas *online* y desarrollo de nuevas áreas.

## EL MEJOR EQUIPO HUMANO

Pero lo más importante en El Corte Inglés sigue siendo el capital humano. El Corte Inglés es uno de los mayores empleadores de nuestro país. La garantía de un trabajo digno, estable, prestigioso ante la sociedad y con oportunidades de promoción interna ha sido siempre una de las identidades y uno de los compromisos prioritarios de la Dirección de esta Casa, que yo asumo como propio.

Las características de nuestro comercio, basadas en la atención personalizada, hacen que su labor sea fundamental. Pero nuestra responsabilidad social nos obliga a mucho más. Nos obliga a poner en práctica las políticas de igualdad. Nos obliga a que asumamos la cuota de empleo de personas con discapacidad. Y nos obliga a que abramos nuestras puertas a las mujeres que han sufrido violencia de género. En todos esos aspectos hemos querido superar las exigencias legales.

El Corte Inglés, se sitúa, además, a la vanguardia de la responsabilidad y la solidaridad con la sociedad.

Nuestra empresa es una organización viva, innovadora, comprometida con la sociedad que la acoge y con un alto sentido de su responsabilidad corporativa. Una organización que se siente implicada con su entorno y con el desarrollo económico, social, cultural y medioambiental. Cada tienda es un colaborador leal de la comunidad, que promueve o patrocina acciones de interés público. Cada tienda es un ejemplo de compromiso con el cliente, de colaboración con los proveedores, de respeto a los derechos de los empleados, de transparencia y de cuidado en la calidad de los productos y servicios.

Con esta finalidad colaboramos con las Administraciones Públicas y organizaciones privadas. Tenemos suscritos convenios de cooperación con los Bancos de Alimentos, Cáritas, Cruz Roja, Unicef, AECC, WWF, o las Fundaciones Aladina, Integra e Inserta, por citar solo algunos ejemplos.

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

El Corte Inglés ha apostado por un modelo de negocio sostenible y economía circular, con reducción del consumo energético y cien por cien de energía renovable y ampliación del programa residuo cero a más centros comerciales, hasta cubrir la totalidad del territorio nacional.

## NUEVA RECUPERACIÓN

Lo ocurrido con el Covid-19 ha sido para nuestra empresa, como para muchas otras, un golpe imposible de prever y de una dureza que nunca habíamos sufrido. Suspender la actividad, salvo en los supermercados y algunos servicios de primera necesidad, durante cerca de 80 días, ha puesto a prueba nuestra propia capacidad de supervivencia. Lo sucedido ha sido muy grave, con heridas que nos dolerán durante mucho tiempo, pero quiero creer que ha sido sólo un paréntesis en nuestro camino.

Nuestra prioridad en este momento solo tiene un objetivo: afrontar decididamente una nueva recuperación. Es mi propuesta, la de nuestro consejero delegado, Víctor del Pozo, y la de todo el Consejo de Administración.

Tenemos por delante una realidad ilusionante. Tenemos un proyecto que está dando y va a dar muy buenos resultados. Y, sobre todo, tenemos un gran futuro. Siempre poniendo en práctica nuestro modelo de negocio y nuestros valores. El modelo de negocio y los valores que la sociedad ha reconocido siempre en nuestra empresa. Los de El Corte Inglés de los últimos ochenta años. Los de El Corte Inglés de los próximos ochenta años.

Marta Álvarez  
Presidenta



## GRUPO EL CORTE INGLÉS

El Corte Inglés es referente de calidad, servicio, tecnología, innovación y tendencias.

Estamos presentes en la vida de las personas. Y nuestro modelo de negocio avanza y crece guiado con la voluntad de responder a las necesidades de la sociedad en la que vivimos.









## NUESTRO MODELO DE NEGOCIO

El Corte Inglés, a lo largo de sus casi 80 años de actividad, se ha consolidado como un referente de la distribución en España. Constituye un grupo empresarial que ha sido capaz de cumplir con las necesidades de las comunidades en las que está presente, a la vez que contribuye a su desarrollo socioeconómico. Sus establecimientos están localizados en todo el territorio nacional, y tiene también una presencia significativa en Portugal y México, así como en otros países de Europa y Latinoamérica, prestando servicio en distintos sectores de actividad como son la distribución comercial, seguros y viajes, principalmente.

La distribución geográfica de nuestros distintos formatos comerciales nos permite estar muy próximos a la mayor parte de la población. Durante el ejercicio 2019 se registraron más de 700 millones de visitas a nuestras tiendas en España y Portugal.

El modelo de negocio de El Corte Inglés busca que su propuesta comercial sea atractiva, variada y de calidad, incorporando de forma permanente productos y servicios pioneros que cubran y den una respuesta satisfactoria a las necesidades de los clientes. La historia de El Corte Inglés está marcada por situarse a la vanguardia, marcar tendencia, impulsar cambios y crear nuevos conceptos.

Nuestro modelo de negocio es en este momento omnicanal. La oferta comercial y de servicios están a disposición de los clientes mediante establecimientos físicos y a través de otros soportes, como nuestro servicio *online* y de venta telefónica. El Grupo refuerza su apuesta por la innovación y la tecnología con nuevas iniciativas, alianzas, líneas de negocio y servicios. En los últimos años hemos potenciado la transformación digital que permite, entre otras cosas, la integración de la tienda física y la *online*.

En octubre de 2019 se ha constituido una nueva unidad de negocio: El Corte Inglés Real Estate, que nace como un nuevo operador del mercado inmobiliario que dará servicio tanto al Grupo como a empresas externas. En este sentido, acometerá proyectos de remodelación de instalaciones y reformas de viviendas, así como cualquier otro tipo de actividades que puedan demandar nuestros clientes corporativos.

En este ejercicio se ha continuado con la reordenación de las empresas del Grupo. Por ello, se ha llevado a cabo la fusión por absorción de Bricor, S.A. por parte de El Corte Inglés, S.A., con fecha 1 de octubre de 2019, que fue aprobada en la Junta General de Accionistas celebrada en el mes de agosto de 2019.

Por otra parte, en diciembre de 2019, se firmó el acuerdo por el que El Corte Inglés vendió a la tecnológica Groupe Français d'Informatique (GFI) su filial Informática El Corte Inglés. La transacción permitirá a ambas empresas generar sinergias, acceder a nuevos mercados y enriquecer sus respectivas ofertas de consultoría y servicios de tecnología de la información. GFI continuará prestando servicios al Grupo El Corte Inglés dentro del marco de la transformación digital que estamos llevando a cabo.



## NEGOCIO RESPONSABLE

Los valores, la visión y la misión de El Corte Inglés, nos impulsan a desarrollar la actividad de manera responsable. En paralelo a la evolución de nuestro modelo de negocio, hemos creado el sello Responsablemente para identificar todas aquellas actuaciones y comunicaciones relacionadas con acciones propias de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Un sello que creamos porque:

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



## Responsablemente

### COMPROMISO FIRME ANTE LOS MERCADOS FINANCIEROS

El 26 de febrero de 2020 se firmó un acuerdo, suscrito por 24 entidades bancarias, para la refinanciación de la deuda bancaria del Grupo por un importe agregado máximo de hasta 2.000 millones de euros. Este contrato permitirá al Grupo mejorar las condiciones actuales al asegurar una financiación estable, con menor coste, mayores plazos y sin garantías.

En el marco de este acuerdo se han incluido una serie de compromisos en sostenibilidad alineados con la estrategia de Responsabilidad Social y cuyo cumplimiento permitirá reducir los intereses a pagar por el Grupo.

Los cuatro compromisos a conseguir para el año 2025 son:

- Reducción del 30% de la huella plástica en el supermercado.
- Implantar el programa de Residuo Cero en el 100% de los centros de El Corte Inglés y Supercor en España.
- Incrementar el número de referencias sostenibles en, al menos, un 5% anual.
- Alcanzar el 2,1% de trabajadores con discapacidad empleados de forma directa en El Corte Inglés.

Estos cuatro compromisos cuentan con objetivos anuales que serán verificados por un tercero independiente, disponiendo también de planes de acción específicos para dar respuesta a cada uno de ellos desde grupos de trabajo transversales y multidisciplinares.

## CONTRIBUCIÓN A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

El Grupo El Corte Inglés se compromete a dar respuesta a los compromisos de la Agenda 2030 sobre el desarrollo sostenible y, para ello, busca involucrar a todos sus grupos de interés para impulsar la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Trabajamos con todos los ODS, focalizando nuestros esfuerzos y midiendo el desempeño en aquellos que más interrelación guardan con nuestra actividad. De esta forma realizamos diversas acciones y compromisos, a la vez que buscamos alinear nuestras estrategias con los ODS.

ODS	Principales acciones	Indicadores
<b>2 HAMBRE CERO</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alianzas estratégicas con Bancos de Alimentos.</li> <li>Donación de excedentes de nuestros supermercados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>844.441 kg de alimentos recogidos en la Gran Recogida de noviembre.</li> <li>1.038.320 kg de alimentos.</li> </ul>
<b>3 SALUD Y BIENESTAR</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Salud y seguridad de los empleados.</li> <li>Servicios sanitarios en centros de trabajo.</li> <li>Actividades de prevención y financiación de proyectos para la prevención del cáncer.</li> <li>Altos estándares de calidad y seguridad en procesos y productos.</li> <li>Mejora del perfil nutricional de productos de marca propia para una alimentación más equilibrada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>35.834 evaluaciones del bienestar.</li> <li>93 Servicios Sanitarios.</li> <li>25.371 reconocimientos médicos a empleados.</li> <li>1.786 análisis en productos de marca propia.</li> <li>1.194 auditorías de seguridad alimentaria.</li> <li>Reducción de grasas, azúcares o sal en más de 100 referencias.</li> </ul>
<b>4 EDUCACIÓN DE CALIDAD</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formación continua a empleados.</li> <li>Centro de Formación de Oficios con cursos homologados por la Administración.</li> <li>Formación universitaria para empleados en Centro de Estudios Universitarios Ramón Areces (CEURA).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1.740.713 horas de formación.</li> <li>24,2 millones de euros en formación.</li> <li>971 alumnos.</li> </ul>
<b>5 IGUALDAD DE GÉNERO</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apoyamos la integración de la mujer en el entorno laboral y fomentamos su progresión profesional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>64% mujeres en el Grupo.</li> <li>37% mujeres en puestos de responsabilidad.</li> <li>Compromiso de que un 50% de los nuevos puestos de mando estarán ocupados por mujeres a finales de 2020.</li> </ul>
<b>7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Compramos energía de origen renovable.</li> <li>Instalación de placas fotovoltaicas en nuestros centros cuya producción de energía vuelca a la red.</li> <li>Instalación de elementos de control de consumo energético.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>100% de energía adquirida es renovable.</li> <li>+ de 4.000 puntos de telemetría de consumo energético.</li> <li>62.239.000 kWh de reducción de consumo energético.</li> </ul>
<b>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apuesta por un empleo estable y de calidad</li> <li>Contratación de jóvenes.</li> <li>Llevamos a cabo la diligencia debida en nuestra cadena de suministro para verificar, mediante auditorías ASG*, el respeto de los Derechos Humanos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1.590 contratos fijos.</li> <li>Un 43% de contratos a menores de 30 años.</li> <li>Más de 2.900 auditorías ASG a fábricas de proveedores de marca propia.</li> </ul>

\*ASG: Auditorías Sociales, Ambientales y de Buen Gobierno

ODS	Principales acciones	Indicadores
<b>10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Modelo empresarial comprometido con la inclusión laboral de todos los colectivos.</li> <li>Apuesta por la diversidad generacional.</li> <li>Contratación de víctimas de violencia de género.</li> <li>Sensibilización con el colectivo LGTBI.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1.409 empleados con discapacidad.</li> <li>14,5% plantilla menor de 30 años, 58,4% plantilla entre 30 y 50 años y 27,1% de la plantilla con más de 50 años.</li> </ul>
<b>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implantación de Residuo Cero en nuestros centros.</li> <li>Instalación de puntos de carga para vehículos eléctricos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>57.932 Tm de residuos valorizados.</li> <li>208 plazas de carga.</li> </ul>
<b>12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Políticas de suministro responsable.</li> <li>Oferta de productos y servicios sostenibles basada en la Guía de Producto Sostenible.</li> <li>Implantación de Residuo Cero.</li> <li>Colaboración con Cáritas Moda RE en la recogida de ropa para su reutilización y reciclado.</li> <li>Productos turísticos sostenibles.</li> <li>Plan de Packaging Sostenible.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Más de 100.000 referencias de productos con algún atributo de sostenibilidad.</li> <li>2025 compromiso para que el 100% de centros El Corte Inglés y Supercor estén certificados en Residuo Cero.</li> <li>49 puntos de recogida.</li> <li>268.071 kg de ropa y calzado gestionados.</li> </ul>
<b>13 ACCIÓN POR EL CLIMA</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acciones encaminadas a la mitigación del cambio climático.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>77,8% de reducción de emisiones desde 2016.</li> <li>6.050,7 Tm CO<sub>2</sub> equivalentes compensadas.</li> </ul>
<b>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Red de alianzas estratégicas estables y sólidas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participación en más de 240 organizaciones e instituciones.</li> </ul>

## BUEN GOBIERNO CORPORATIVO

Avanzamos hacia las mejores prácticas de gobierno corporativo porque ello impulsa y fortalece nuestro desarrollo.

Nuestros órganos de gobierno actúan y deciden siguiendo un estricto código ético basado en la transparencia y la responsabilidad con todos nuestros grupos de interés, la sociedad y el entorno en el que vivimos.

El Grupo El Corte Inglés mantiene un modelo de Gobierno Corporativo basado en una serie de valores y principios éticos que resultan fundamentales para garantizar el éxito y las mejores prácticas en el negocio.

---

Asuntos materiales vinculados

- Buenas prácticas de Gobierno Corporativo y comportamiento ético
  - Prevención del blanqueo de capitales
- 

### NUESTROS PRINCIPIOS, VALORES Y COMPROMISOS

Los principios y valores corporativos sustentan nuestro **Código Ético**, que guía el comportamiento de todos nuestros empleados y directivos.

**Integridad y  
Responsabilidad**

**Garantía y  
Servicio al Cliente**

**Respeto a los  
Derechos Humanos**

**Relación y  
vinculación con  
la Sociedad y  
el Entorno**

**Respeto al  
Medio Ambiente  
y Compromiso  
con el Desarrollo  
Sostenible**



El comportamiento ético de nuestro equipo es un requisito indispensable para garantizar y salvaguardar el equilibrio entre los objetivos de negocio y las expectativas de nuestros grupos de interés. En ese sentido, nuestro modelo empresarial se sustenta en el compromiso con el cliente, la colaboración transparente con los proveedores, el respeto hacia los empleados, la rendición de cuentas a los accionistas y la vinculación con la sociedad.

Nuestro Código Ético se desarrolla a través de:

- **Las Políticas Corporativas**, que establecen los principios de comportamiento que deben seguir los empleados del Grupo en aspectos específicos.
  - Prevención de la comisión de delitos
  - Prevención del blanqueo de capitales y financiación del terrorismo
  - Contra la corrupción y el fraude
  - De Integridad:
    - Regalos y hospitalidades
    - Donaciones y patrocinios
    - Relaciones con funcionarios públicos y entidades privadas
  - Responsabilidad Social Corporativa
  - Protección de datos
  - Recursos humanos
- **El Programa de Cumplimiento**
- **El Procedimiento Corporativo para la Gestión de los Conflictos de Interés**

Todas estas políticas y procedimientos se encuentran públicamente disponibles en la web corporativa, [www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es/gobierno-corporativo/etica-y-cumplimiento/politicas-corporativas](http://www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es/gobierno-corporativo/etica-y-cumplimiento/politicas-corporativas)

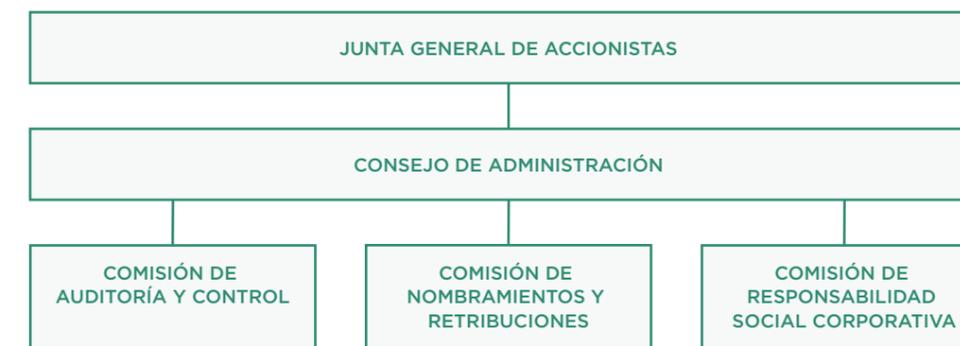
Un canal de comunicación muy importante dentro del Grupo es el Canal Ético, aprobado por el Consejo de Administración de El Corte Inglés, el cual tiene la finalidad de dar una respuesta adecuada a cualquier duda en la interpretación del Código Ético y de facilitar la vigilancia del cumplimiento normativo. Se trata de un medio de comunicación directo y confidencial, tanto para los empleados del Grupo como para cualquier otra persona u organización que requiera de dicho canal para consultar e informar de posibles comportamientos irregulares, actos contrarios a la legalidad o al Código Ético y a la normativa interna aplicable, que hayan sido cometidos por empleados de El Corte Inglés o por empleados de sociedades que colaboran con las empresas del Grupo en sus distintas actividades.

Durante el ejercicio 2019 se han recibido 134 comunicaciones, de las cuales 120 fueron tramitadas por el responsable de la Función de Cumplimiento Normativo, con el apoyo de otras áreas de la organización y, el resto, fueron remitidas a otros órganos de gobierno o cumplimiento independientes.

Asimismo, dentro del desarrollo de las buenas prácticas de Gobierno Corporativo, los miembros del Consejo de Administración recibieron un curso de formación en materia de gobernanza: mejores prácticas corporativas, funciones, estructura del máximo órgano societario, etc.

## NUESTRO MODELO DE GOBIERNO CORPORATIVO

El Corte Inglés avanza en su compromiso con las mejores prácticas de gobierno corporativo. En los últimos años se ha reforzado la estructura de gobernanza del Grupo, con cambios significativos en su Consejo de Administración y la creación de nuevas comisiones que responden a las recomendaciones del Código de Buen Gobierno de las sociedades cotizadas.

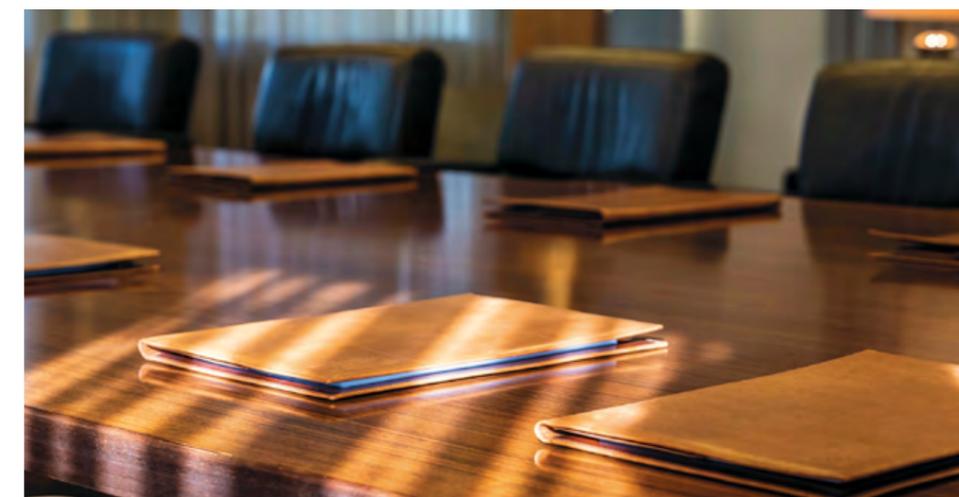


El Consejo de Administración se rige por los Estatutos Sociales de El Corte Inglés, S.A., donde se desarrollan las normas que regulan tanto al Consejo como a sus comisiones.

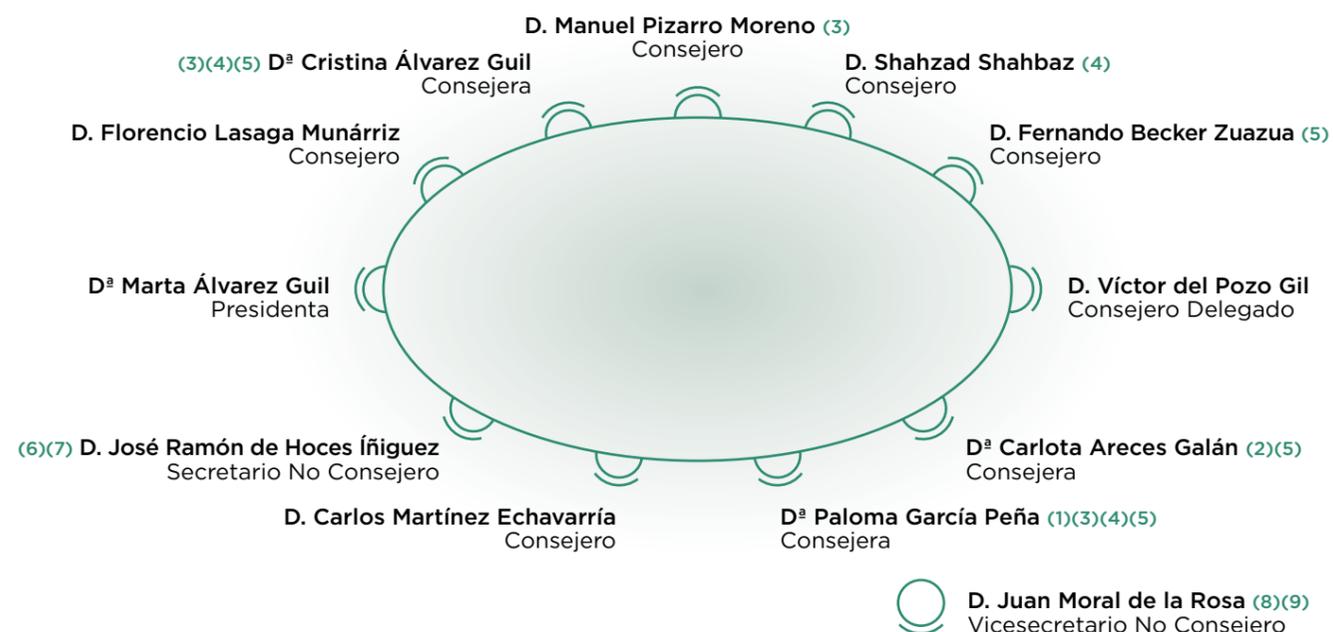
El Consejo de Administración de El Corte Inglés, en la sesión del 10 de julio de 2019, aprobó por unanimidad nombrar presidenta del Grupo a D<sup>a</sup>. Marta Álvarez Guil, quien está vinculada al Grupo desde el inicio de su carrera profesional.

Por acuerdo adoptado en la misma reunión, D. Víctor del Pozo recibió la confianza del Consejo para convertirse en el consejero delegado de El Corte Inglés.

El 15 de enero de 2020 tuvimos que lamentar el fallecimiento de D. Antonio Hernández-Gil Álvarez-Cienfuegos. Agradecemos su compromiso y la labor desarrollada como secretario del Consejo, la cual ha sido fundamental para el funcionamiento del Consejo de Administración y la buena marcha de los negocios. En febrero de 2020 D. José Ramón de Hocés Íñiguez ha sido nombrado secretario no consejero.



### CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE EL CORTE INGLÉS A 29 DE FEBRERO DE 2020



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

#### REMUNERACIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

La remuneración media percibida en su calidad de consejeros de El Corte Inglés, S.A. (dentro del cual se encuentra la Alta Dirección), así como la retribución por pertenencia a otros Consejos de sociedades del Grupo, ha sido la siguiente:

#### Retribución media del Consejo de Administración en 2019

Concepto	Mujeres	Hombres
Remuneraciones vinculadas al ejercicio del cargo de consejero	961.667€	733.237€
Sueldos y salarios	189.182€	642.185€
<b>Retribución media sin indemnizaciones 2019</b>	<b>1.150.849€</b>	<b>1.375.422€</b>
Indemnizaciones	0€	1.436.635€
<b>Retribución media 2019</b>	<b>1.150.849€</b>	<b>2.812.057€</b>
<b>Retribución media sin indemnizaciones 2018</b>	<b>1.340.434€</b>	<b>1.438.259€</b>
<b>Retribución media 2018</b>	<b>1.340.434€</b>	<b>3.104.926€</b>

Adicionalmente, con fecha posterior a la formulación de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio 2018, se aprobó una retribución variable por importe de 1,4 millones de euros correspondiente al ejercicio 2018.

Cabe indicar que ninguno de los consejeros es beneficiario de compromisos en materia de pensiones o premios de jubilación, ni de seguros de vida ahorro.

En cuanto a Directores y Gerentes, la remuneración media percibida a lo largo del ejercicio<sup>2</sup> se indica a continuación:

	Mujeres	Hombres
Retribución media en 2019	200.209€	269.920€
Retribución media en 2018*	200.969€	260.727€

\*Reformulado para la comparativa de 2019 que excluye a los miembros del Consejo con tareas ejecutivas.

#### COMISIÓN DE AUDITORÍA Y CONTROL

La Comisión de Auditoría y Control (CAC) es un órgano permanente de carácter informativo y consultivo, sin funciones ejecutivas y con facultades de información, asesoramiento y propuesta dentro de su ámbito de actividad. Se constituyó al amparo de lo dispuesto en la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría y Cuentas y del Real Decreto 877/2015, de 2 de octubre, que modifica el Reglamento de la misma.

Está formada por un consejero independiente, que ejerce de presidente, D. Manuel Pizarro Moreno y por dos consejeros, D.ª. Cristina Álvarez Guil y Cartera Mancor (representada por D.ª. Paloma García Peña). Actúa como secretario D. José Ramón de Hocés Iñiguez y D. Juan Moral de la Rosa como vicesecretario.

Las competencias generales de esta Comisión son, principalmente, las siguientes:

- Supervisar la eficacia de:
  - Control interno
  - Auditoría interna
  - Sistemas de control y gestión de riesgos
- Supervisar el proceso de elaboración y presentación de la información financiera.
- Supervisar la auditoría externa de cuentas y elevar al Consejo las propuestas de selección, nombramiento, reelección y sustitución del auditor de cuentas.
- Recibir del auditor externo información sobre su independencia, sobre el proceso de auditoría de cuentas y emitir un informe sobre la independencia del auditor.
- Supervisar la Función de Cumplimiento Normativo.
- Analizar las cuestiones tributarias y las operaciones con partes vinculadas de relevancia.
- Informar al Consejo sobre la información financiera, la creación o adquisición de participaciones en entidades de propósito especial, las operaciones con partes vinculadas y el resto de materias objeto de su supervisión.

En su labor de supervisión, la CAC se apoya, principalmente, en la función de Auditoría Interna, así como en la Función de Cumplimiento Normativo para supervisar el cumplimiento de las reglas de gobierno corporativo, códigos internos de conducta, el cumplimiento normativo externo y el seguimiento del canal ético. Durante el ejercicio 2019 se han mantenido 11 reuniones de la Comisión de Auditoría y Control.

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

### COMISIÓN DE NOMBRAMIENTOS Y RETRIBUCIONES

La Comisión de Nombramientos y Retribuciones (CNR) es un órgano permanente, sin funciones ejecutivas y con facultades de información, asesoramiento y propuesta dentro de su ámbito de actividad, que está formada por tres consejeros: D<sup>a</sup>. Cristina Álvarez Guil, Cartera Mancor (representada por D<sup>a</sup>. Paloma García Peña) y D. Shahzad Shahbaz. El secretario de la misma es D. José Ramón de Hoces Íñiguez. En la reunión del 25 de agosto de 2019 presentó su renuncia como miembro de la Comisión D<sup>a</sup>. Marta Álvarez Guil, para hacer frente a sus funciones como presidenta del Consejo de Administración.

Las principales competencias de esta Comisión son:

- Evaluar las aptitudes, conocimientos y experiencia necesarios en el Consejo de Administración.
- Elevar al Consejo de Administración las propuestas de nombramiento de consejeros, tanto independientes como no, para su designación, así como las propuestas para la reelección o separación de dichos consejeros por la Junta.
- Proponer al Consejo de Administración la política de retribuciones de los consejeros y de la Alta Dirección y revisarla periódicamente.

Durante el ejercicio 2019 se han mantenido 4 reuniones de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

### COMISIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

La Comisión de Responsabilidad Social Corporativa (CRSC) es un órgano permanente, sin funciones ejecutivas y con facultades de información, asesoramiento y propuesta dentro de su ámbito de actividad. Está formada por un consejero independiente, que ejerce de presidente, D. Fernando Becker Zuazua, y tres consejeros, D<sup>a</sup>. Cristina Álvarez Guil, Cartera Mancor (representada por D<sup>a</sup>. Paloma García Peña) y Corporación Ceslar (representada por D<sup>a</sup>. Carlota Areces Galán). El secretario de la misma es D. Juan Moral de la Rosa.

Las principales competencias de esta Comisión son:

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

La Comisión de RSC ha determinado que las empresas del Grupo desarrollen su propio plan director de RSC alineado con el de la matriz.

Durante el ejercicio 2019 se han mantenido 3 reuniones de la Comisión de Responsabilidad Social Corporativa, calendario que ha venido marcado por la presentación de documentos relevantes, como es el propio Informe No Financiero 2018 en mayo de 2019.

### ESTRUCTURA ACCIONARIAL A 29 DE FEBRERO DE 2020

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

### CUMPLIMIENTO NORMATIVO

La implantación de la Función de Cumplimiento Normativo atiende a la voluntad de la Organización de alinearse con las mejores prácticas de gobierno corporativo, teniendo en cuenta las exigencias y recomendaciones de los organismos reguladores y, en especial, las recogidas en la Guía Técnica 3/2017, de 27 de junio, de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), sobre comisiones de auditoría de entidades de interés público. Asimismo, se ha tenido en consideración la norma ISO 19600 sobre sistemas de gestión de *compliance*, la norma UNE 19601 sobre gestión de *compliance* penal, el Código Penal español y la circular 1/2016 de la Fiscalía General del Estado sobre la responsabilidad penal de las personas jurídicas.

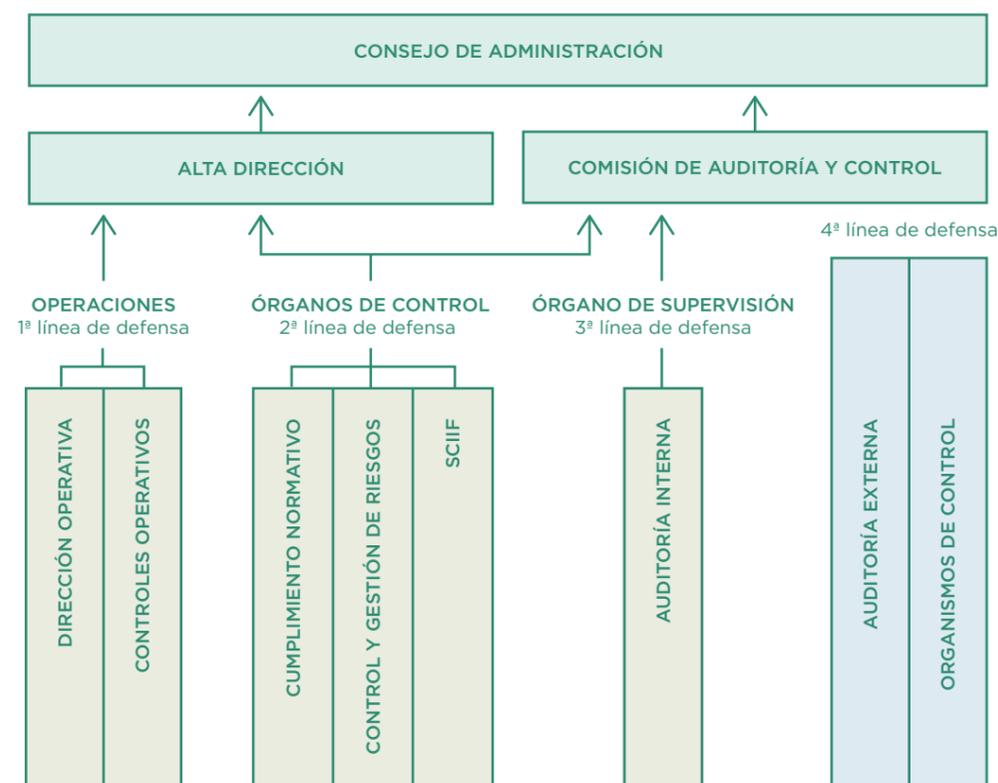
La Función de Cumplimiento se define como una función independiente que, con el soporte del Código Ético, de las políticas y de los procedimientos correspondientes del Grupo El Corte Inglés, detecta, evalúa y gestiona el riesgo de incumplimiento de las obligaciones regulatorias, tanto externas como internas, derivadas de todas las actividades y negocios desarrollados por las empresas del Grupo El Corte Inglés, desarrollando para ello las tareas de promoción, información, asesoramiento, coordinación y comunicación y reporte precisas para la mayor eficacia en el cumplimiento de las normas, en beneficio de los objetivos de la Organización.

Entre sus competencias principales destacan:

- La identificación y evaluación del riesgo de incumplimiento de la normativa externa aplicable a la Organización, así como de las normas y principios por los que haya decidido autorregularse o adherirse.
- La determinación de la idoneidad de los procedimientos y controles de cumplimiento de la Organización.
- El asesoramiento al Consejo de Administración, a través de la Comisión de Auditoría y Control, sobre el cumplimiento de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas que afectan a la Organización, así como de las normas y principios que ha desarrollado internamente o a los que se ha adherido voluntariamente.
- La prevención de delitos o infracciones y la lucha contra la corrupción y el fraude.
- La promoción y supervisión del cumplimiento del Código Ético y la difusión y gestión del Canal Ético, así como de las Políticas Corporativas que los desarrollan.
- La evaluación e información sobre el impacto de cualquier modificación del entorno legal y jurisprudencial, así como de cualquier riesgo emergente derivado de aquél, en las actividades y negocios del Grupo.



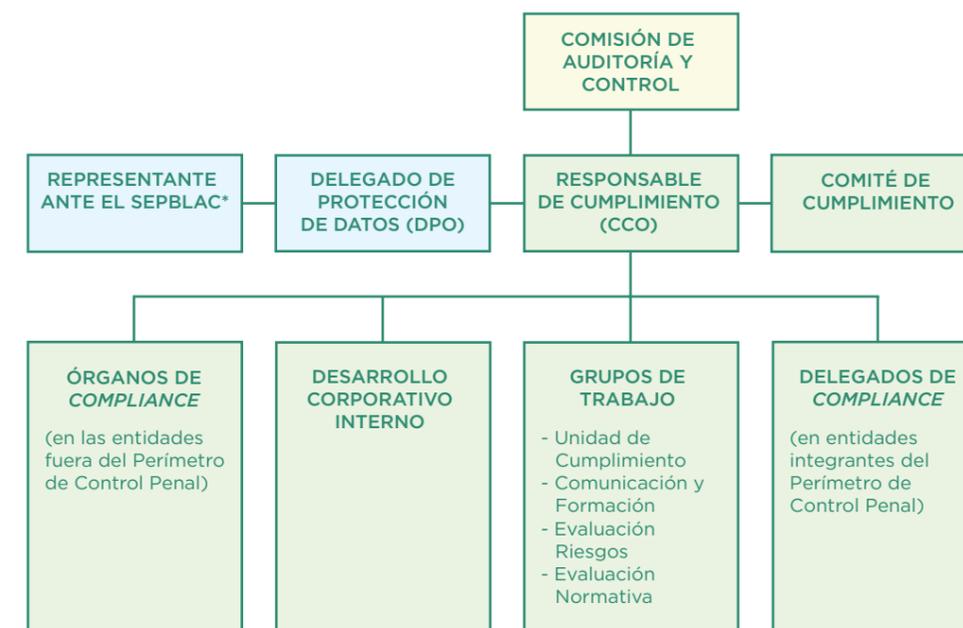
Depende directamente del Consejo de Administración a través de la Comisión de Auditoría y Control. Su integración dentro de la estructura general del Gobierno Corporativo se plasma en el siguiente esquema:



Los órganos que integran la Función de Cumplimiento son:

- El Consejo de Administración, como responsable último de la aplicación y supervisión, a través de la Comisión de Auditoría y Control, de las Políticas Corporativas.
- La Dirección, como responsable de aplicar las políticas y procedimientos y de actuar bajo principios de ética y responsabilidad social.
- El responsable de Cumplimiento Normativo (*Chief Compliance Officer* o CCO) encargado de impulsar y supervisar el sistema.
- El Comité de Cumplimiento (CC), como órgano consultivo y asesor del CCO.
- El Departamento de Desarrollo Corporativo Interno (DCI) que, atendiendo a las directrices del CCO y en coordinación con el CC, coordina y tutela el trabajo de campo en materia de cumplimiento.

La integración de los órganos de cumplimiento en el Gobierno Corporativo del Grupo se representa en el organigrama siguiente:



\*SEPBLAC: Servicio Ejecutivo de la Comisión de Prevención del Blanqueo de Capitales e Infracciones Monetarias

El plan de trabajo de la Función de Cumplimiento durante el ejercicio 2019 ha tenido como principal objetivo la profundización en la prevención, formación y difusión de los valores y principios de comportamiento del Grupo para la mitigación de los riesgos de cumplimiento normativo. Atendiendo a este objetivo se ha centrado especialmente en:

- La identificación de actividades con riesgo de incumplimiento normativo, estableciendo los controles necesarios para su adecuada mitigación.
- La revisión del Sistema de Prevención Penal para su adecuación a la norma UNE 19601, en especial, definiendo perímetros de actuación en el ámbito de las empresas del Grupo, para la adecuada gestión de los riesgos penales.
- La difusión y mejora del Sistema de Cumplimiento Normativo en las empresas del Grupo.
- La preparación de propuestas de nuevas Políticas Corporativas y la implantación de las ya aprobadas, así como la colaboración en la elaboración de procedimientos que faciliten su conocimiento y el desempeño ético, íntegro y responsable.
- El alineamiento con los criterios generales de evaluación, control y gestión de riesgos del Grupo.
- La implantación del proceso de diligencia debida externa en el análisis de proveedores y otros colaboradores de negocio.
- La promoción de la adhesión, por todos los miembros de la Organización, a los Estándares Éticos de Cumplimiento Normativo.
- La profundización en el conocimiento de la cultura de cumplimiento normativo y del Código Ético, a través de mensajes y acciones formativas.

Durante el ejercicio 2019 la Función de Cumplimiento Normativo ha presentado sus segundos informes anuales sobre “La Gestión del Sistema de Prevención de Riesgos de Incumplimiento Normativo” y “La Función de Cumplimiento”.

Igualmente se han presentado al Consejo de Administración, a través de la Comisión de Auditoría y Control:

- El Informe Anual del representante del Grupo ante el Servicio Ejecutivo para la Prevención del Blanqueo de Capitales, acompañado de las preceptivas revisiones anuales del Sistema de Prevención de Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo -por parte del Departamento de Auditoría Interna del Grupo y del experto externo designado por el Consejo de Administración.
- El Informe Anual del Delegado de Protección de Datos del Grupo.

En lo que se refiere al apartado de comunicación y divulgación de la cultura y principios éticos y de cumplimiento, cada mes, bajo el hashtag #EticaCumplimientoIntegridad, se han publicado en la plataforma interna NEXO, diversos mensajes relacionados con estos contenidos.

Por otra parte, se ha elaborado un catálogo de riesgos penales y parámetros de conductas esperadas y el comportamiento que se espera de los miembros de la Organización.

Además, se sigue trabajando en un plan de formación continua que permita divulgar la cultura y principios éticos, de integridad y de cumplimiento entre nuestros empleados. El seguimiento de la formación de los principales cursos impartidos durante el ejercicio 2019 arroja los siguientes resultados:

Formación en Código y Canal Ético	Número
Empleados formados	23.748
Horas impartidas	14.152

Durante el ejercicio 2019 no se han recibido sanciones significativas por incumplimiento de ninguna normativa legal aplicable al Grupo.

## INFORMACIÓN PARA EL ACCIONISTA

La Junta General de Accionistas es el canal principal de información para los accionistas. Para ello, desde un mes antes al día de su celebración, se pone a disposición de los accionistas la documentación sobre los puntos del orden del día a tratar en la Junta General.

Complementariamente, los accionistas que también sean empleados del Grupo pueden acceder a la información financiera y no financiera de cada ejercicio fiscal, a través de la intranet corporativa, NEXO. Además, mediante este canal de comunicación se pone a su disposición, de manera personal y exclusiva la información específica sobre las acciones de El Corte Inglés, S.A. de las que son titulares (valor nominal, valor a 31/12, dividendos brutos percibidos en el año...).





## EL CLIENTE

**Un camino compartido con nuestros clientes.**

La fidelidad y la confianza de los consumidores se renueva año tras año y es un indicador de nuestro progreso en la buena dirección.

Nuestros clientes son el centro de todo lo que hacemos y la inspiración que nos impulsa a seguir adelante. Sus exigencias de calidad, innovación y respeto por la sostenibilidad son las nuestras.

Nuestra máxima prioridad es la satisfacción de cada uno de nuestros clientes y, con ello, la mejora de su experiencia. Por ello trabajamos para que nuestra marca se siga caracterizando por la excelencia en el servicio. Avanzamos para cubrir las nuevas necesidades de la sociedad a través de un amplio surtido de productos, mediante una atención personalizada y especializada, y apostando por la innovación y la sostenibilidad en el día a día.

Para ello, establecemos una comunicación permanente con los clientes y ponemos a su disposición diferentes canales para responder a sus expectativas.

#### Asuntos materiales vinculados

- Atención al cliente y excelencia en el servicio
- Ciberseguridad y seguridad de la información
- Confidencialidad y protección de datos
- Seguridad de producto
- Normativa de consumo
- Adaptación, promoción, información transparente y fomento de hábitos de consumo responsable
- Ecodiseño e innovación sostenible de productos y servicios
- Fidelización de clientes
- Identidad de Marca



## LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO

Ponemos al servicio de los clientes los más altos estándares de excelencia que garanticen el mayor grado de fidelización posible. Para ello evaluamos, de forma precisa, la experiencia global de nuestros clientes con El Corte Inglés.

Realizamos numerosos estudios en los que tenemos en cuenta multitud de variables como el conocimiento que el consumidor tiene del producto, sus preferencias, la calidad de nuestro servicio y su grado de satisfacción. Uno de nuestros estudios es el relacionado con el Índice de Recomendación, cuyo objetivo fundamental es medir el nivel de satisfacción del cliente a través del trato y la atención recibidos.

También elaboramos un barómetro de satisfacción mediante la realización de 78.275 encuestas a clientes con el objetivo de conocer su grado de aceptación sobre los servicios de composturas, instalaciones y envíos de El Corte Inglés (62.000 encuestas en el ejercicio anterior). El resultado ha sido 9,2 puntos sobre 10, en línea con lo obtenido en el ejercicio precedente.

Por otro lado, Viajes El Corte Inglés realizó 145.000 encuestas a clientes, lo que supone un 63% más que el ejercicio anterior, con el objetivo de conocer su grado de satisfacción sobre diversos servicios y la atención recibida. El resultado fue de 9 puntos sobre 10 en clientes vacacionales y 8,4 puntos para los clientes empresa. Además, conseguimos fidelizar a lo largo del ejercicio el 8,1% de los clientes de Viajes El Corte Inglés.

En el mismo sentido, mejoramos la satisfacción de los clientes de El Cortes Inglés Empresas, con una puntuación media de 8,2 (mejora de un 4,2% respecto al año pasado) y 62% de los clientes fidelizados. De igual manera el Grupo Seguros incrementó el número de clientes en un 5,7% y realizó más de 13.000 encuestas entre sus clientes.

En Portugal, el grado de satisfacción de los clientes de El Corte Inglés-Grandes Armazéns se situó en los 8 puntos.

Han sido numerosos los mensajes de agradecimiento recibidos de nuestros clientes en los Centros de El Corte Inglés, un 3% más que en el ejercicio anterior, fruto del esfuerzo de nuestro equipo en la atención de los clientes.

---

11.864 agradecimientos en 2019

---

Viajes El Corte Inglés obtuvo por cuarto año consecutivo el Premio en la categoría de Mejor Agencia de Viajes de Negocios 2019, durante la gala celebrada en Madrid organizada por IBTA (Asociación Ibérica de Viajes de Negocios).

### ESPECIALIZACIÓN

Para conseguir la excelencia en el servicio necesitamos contar con el mejor equipo de profesionales, reconociendo en ellos uno de nuestros pilares fundamentales. La especialización en el servicio es lo que nos permite diferenciarnos sustancialmente de nuestros competidores y para ello invertimos en formar a nuestros profesionales para que sean expertos en su ámbito de actividad.

Durante el 2019 se impartió formación en productos y servicios para que nuestros empleados conociesen las últimas tendencias y novedades que ofrece la compañía.



## INNOVACIÓN Y ECOINNOVACIÓN

Nuestro modelo de negocio nos exige estar a la vanguardia de la innovación para responder a las necesidades cambiantes de la sociedad. En reconocimiento a la calidad y la innovación de los productos de marca propia fuimos galardonados con cinco premios Salute To Excellence en la Feria PLMA's 2019 World of Private Label en las categorías de alimentación y no alimentación.

Tenemos un equipo de profesionales que se dedican a estudiar y crear tendencias. De hecho, en junio de 2019 nos convertimos en el primer *retailer* en distribuir marcas coreanas de belleza y en comercializar el servicio 5G de Vodafone.

Innovamos en todas nuestras áreas de actividad, desde los formatos comerciales, a los catálogos, canales de comunicación, logística, sistemas de información, etc. Uno de los avances en este año fue el desarrollo de un catálogo 100% interactivo de juguetes que servía a la vez de entretenimiento para los niños.

Asimismo, a finales del 2019, se abrió en el centro de Colón en Valencia el nuevo espacio Samsung Experience Store, que permite a los visitantes interactuar con los últimos productos de la marca mediante experiencias, y que se suma a los de Callao (Madrid) y Bilbao. Por primera vez este año hemos vendido entradas de algunos clubes de fútbol de LaLiga mediante un revolucionario sistema que reproduce en 3D el estadio del club para que los clientes, antes de la compra, simulen cómo verían el partido desde la posición elegida.

La innovación es también un valor fundamental para Informática El Corte Inglés, que cuenta con un modelo de creación estructurado y abierto basado en la cooperación con *startups*, *partners*, clientes, universidades, centros tecnológicos y sus propios profesionales. Durante el ejercicio 2019 se han continuado desarrollando cinco proyectos, gracias a la cofinanciación del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) y al programa Horizonte 2020 de la Comisión Europea.

El negocio de *Business Travel* lleva años experimentando cambios y, en este ámbito, Viajes El Corte Inglés ofrece una mejora tecnológica con el "Ecosistema Intools", un portfolio de herramientas que cubren el proceso *end to end* de la gestión de los viajes.

En el área del *Back Office*, este año experimentamos una positiva transformación a través de la incorporación y optimización de las etiquetas RFID. Estas etiquetas agilizan el tradicional sistema de código de barras al no precisar una lectura directa, ya que pueden ser leídas dentro de su embalaje, consiguiendo una mayor lectura de unidades en menos tiempo. Asimismo, la tecnología RFID es eficaz para la realización de inventarios constantes que asegura la fiabilidad del stock en tienda, facilitando la detección automática de roturas de stock.

El Corte Inglés ha ido incorporando progresivamente en todos sus productos el etiquetado RFID.

## LA OFERTA MÁS DIVERSA Y DE MÁXIMA CALIDAD

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



## CALIDAD Y SEGURIDAD

Si algo define nuestra oferta es su calidad, sin renunciar al mejor precio. Contamos con una importante estructura de profesionales que dedican sus esfuerzos a garantizar los más altos estándares de calidad, trazabilidad y seguridad en nuestros productos y servicios.

---

La mejor oferta al mejor precio

---

Logramos alcanzar los más altos niveles de seguridad alimentaria mediante la implantación de sistemas preventivos que abarcan toda la cadena de suministro. Durante el ejercicio, hemos trabajado por hacer extensivos estos sistemas a los centros de Portugal, con el fin de armonizar metodologías y procesos. A través de los mismos, realizamos controles y monitorización en instalaciones, procedimientos y productos, obteniendo indicadores comparables y representativos de la seguridad alimentaria.

Dentro de la mejora continua, hemos reforzado los procedimientos para responder de forma eficaz ante potenciales situaciones de alertas alimentarias. Asimismo, se ha iniciado un plan de mejora de los sistemas de nuestro obrador de pastelería y de la Cocina Central hacia la implantación de un estándar de Gestión de la Calidad.

También hemos reforzado los controles, auditorías y ensayos en una parte importante de los productos que comercializamos.

Principales cifras de 2019:

- 12.759 verificaciones y ensayos en productos de bazar
- 9.357 muestras de alimentación ensayadas
- 6.413 informes para comprobar la calidad de prendas, artículos textiles y calzado

En alimentación, el número de análisis aumentó un 46% respecto al ejercicio anterior, debido al nuevo plan analítico que incluye la realización de un mayor número de muestras en el laboratorio interno.

A lo largo del ejercicio hemos llevado a cabo 1.786 análisis en productos de marcas propias, realizados en el laboratorio propio y en los laboratorios externos. Este es un requisito imprescindible para que puedan seguir formando parte de nuestra oferta comercial. Asimismo, se han realizado 66 visitas a fabricantes de productos de marca propia de gran consumo.

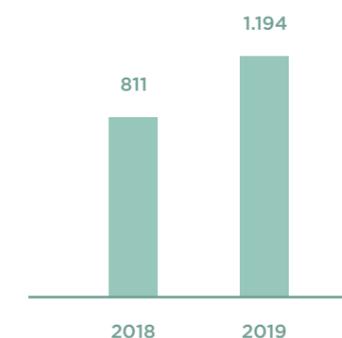
Trabajamos con proveedores de prestigio que, en el caso de la marca propia de alimentación, disponen de un certificado de seguridad alimentaria conforme a los estándares reconocidos por GFSI (Global Food Safety Initiative).

En El Corte Inglés Empresas, para dar respuesta a los requisitos contractuales y especificaciones de los pliegos con los clientes, se han realizado 978 informes de ensayos sobre nuestros modelos en el laboratorio interno.



Adicionalmente a los controles en los productos, continuamos con el Plan de Auditorías de Seguridad Alimentaria para nuestros puntos de venta, que este año se ha complementado con un plan específico para los operadores externos con negocios de alimentación que bajo sus propias marcas están implantados en nuestros establecimientos. Esto ha llevado a realizar 1.194 auditorías en seguridad alimentaria, un 47% más con respecto al ejercicio anterior. Con este plan garantizamos que cumplen los estándares de seguridad alimentaria que les exigimos.

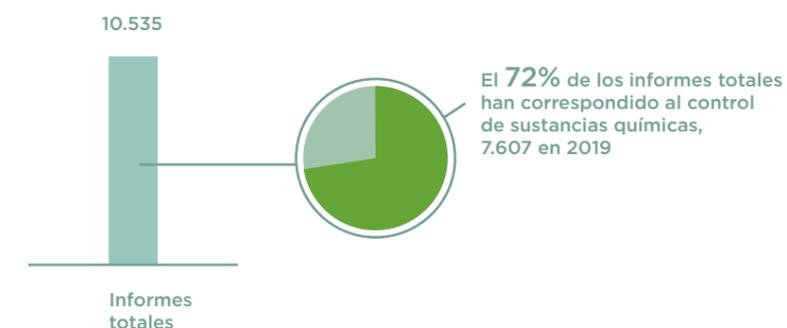
#### Nº de auditorías de seguridad alimentaria en centros comerciales

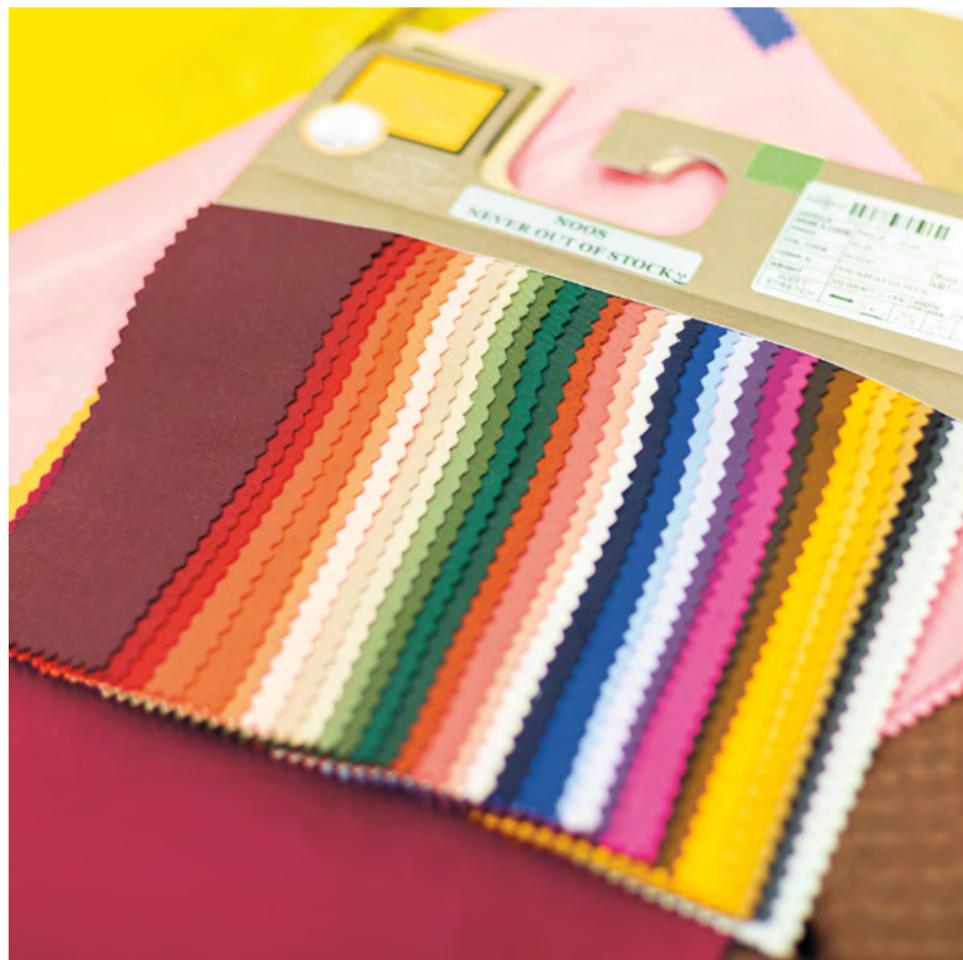


En el ámbito textil, el Grupo El Corte Inglés cuenta con una Política de Aseguramiento de la Calidad de la cual surgen diversos procedimientos para garantizar los máximos estándares de calidad y de cumplimiento normativo en todos nuestros productos. Ejemplo de ello sería el “Procedimiento de Testing de Textil”, que se envía a los proveedores como reflejo de los requisitos del Grupo y el “Estándar de seguridad para textil, calzado y complementos”, ambos disponibles en la web de El Corte Inglés.

El Grupo aplica de forma estricta el reglamento de Registro, Evaluación, Autorización y Restricción de Sustancias Químicas (REACH) y estándares propios para controlar la ausencia de sustancias no permitidas en prendas y artículos textiles de marca propia. Además, continuamente se lleva a cabo un monitoreo y una vigilancia de las potenciales variaciones que puedan producirse en el ámbito legislativo, como son las modificaciones del REACH que entrarán en vigor a partir de noviembre de 2021 y para las cuales El Corte Inglés ya se ha preparado actualizando sus políticas y procedimientos. En este ámbito, el Grupo está totalmente involucrado para minimizar los impactos de las sustancias químicas, alineado con el sector y con las mejores prácticas.

#### Nº de informes para el control de seguridad en prendas y artículos textiles y calzado





En 2019 hemos realizado 10.535 informes para el control de seguridad en prendas y artículos textiles y calzado frente a los 11.678 realizados en 2018, esta diferencia se debe fundamentalmente a la optimización de los controles, gracias a la agrupación de modelos de igual tejido y a la categorización de proveedores obtenida por su histórico de resultados.

En textil, también tienen especial relevancia las pruebas de seguridad mecánica infantil. Estos test incluyen dimensiones de los cordones y resistencia a la tracción de elementos rígidos, para evitar riesgos como atragantamientos o inflamabilidad en prendas para dormir.

Además de los aspectos de seguridad, nuestro desempeño en el aseguramiento de la calidad incluye criterios relacionados con las características de los tejidos y las prendas, como son la composición, solidez de los colores o el encogimiento y tracción de elementos.

Para verificar el cumplimiento de nuestras exigencias se realizan una serie de ensayos pre-producción, cuyos resultados servirán para determinar la conformidad para la fabricación de los artículos. Estos controles físico-mecánicos se llevan a cabo por nuestro laboratorio en colaboración con uno externo de referencia.

Adicionalmente a estos ensayos de validación, se realizan inspecciones post-producción que han permitido mejorar nuestro marco de colaboración con los fabricantes.

En nuestras marcas propias de juguetes, productos del hogar y electrodomésticos, cada gama cuenta con un dossier de calidad, que recoge todos los ensayos y certificados que deben avalar la seguridad de los mismos basado en la normativa europea.

En la validación de la seguridad de los juguetes se incluyen también todos los productos destinados a público infantil, que, tras el estudio de su uso previsible, se considera que puedan ser atractivos para los niños y convertirse en un juego para ellos.

La división de juguetes está involucrada en el proyecto de etiquetado ICONTOYS, en colaboración con un laboratorio tecnológico de referencia. El *packaging* de los juguetes de marca El Corte Inglés muestra, mediante sencillos iconos, la información que el consumidor necesita para elegir el juguete de forma adecuada. Dentro de estos detalles se incluyen, entre otras, indicaciones sobre seguridad y capacidades que pueden desarrollarse en los niños que hacen uso de estos juguetes.

Como novedad en este ejercicio hemos implantado nuevos procedimientos para adaptarnos a la exigencia del reglamento que establece los requisitos sobre el diseño y fabricación de equipos de protección individual (EPI) estando afectados productos que comercializamos en diferentes secciones como es el caso de cascos y elementos de protección deportivos, prendas de protección solar, etc.

Contamos con sistemas de gestión de la calidad en algunas de nuestras líneas de negocio certificadas bajo normativa internacional, como la ISO 9001:2015. En el caso de El Corte Inglés Empresas hemos certificado en el ejercicio 2019 el tercer sistema de calidad (ER-1225/2011, sumado a las certificaciones de procesos ER-1006/2011 y ER-0207/1997 de la ISO 9001:2015) que abarca la producción y entrega de vestuario profesional, accesorios y equipos de protección, así como hemos ampliado la certificación ER-0207/1997 para la ejecución de obras de rehabilitación de edificios y reforma y equipamiento de espacios.

Colaboramos con el Ministerio de Sanidad en el marco de su proyecto de inspección BEF-1 para el control de biocidas aplicados a los productos. Y para ello, se han realizado análisis de los etiquetados, incluyendo valoración de la sustancia activa con el fin de verificar que se cumplen las pautas necesarias de protección al consumidor.

## SURTIDO

Disponemos de un amplio surtido para cubrir los deseos y necesidades de todos nuestros clientes. En 2019 hemos aumentado en un 3% el número de referencias totales de *retail* hasta alcanzar los 2,5 millones.

En alimentación organizamos nuestras tiendas de una manera atractiva y cómoda para el cliente, destacando la amplia variedad de surtido y la posibilidad de degustar productos. Nuestra oferta de frescos cubre una parte importante de la propuesta comercial, como se refleja en los más de 147 millones de kilos de productos frescos adquiridos en 2019.

Nuestras estanterías cuentan con artículos de reconocimiento internacional junto con los productos regionales más típicos de la tradición gastronómica española, muchos de los cuales cuentan con certificados de denominación de origen.

## Productos y servicios para personas con necesidades especiales

Nuestra amplia variedad de productos está también pensada para satisfacer a aquellas personas que tienen necesidades especiales. En alimentación hemos aumentado

notablemente nuestro surtido y los colectivos con necesidades específicas pueden disfrutar de 5.777 referencias propias aptas para celíacos, diabéticos o intolerantes a la lactosa, lo que supone un aumento en la oferta de un 47%.

En nuestra oferta incluimos productos multiculturales, dando cabida a las minorías culturales y étnicas presentes en los mercados en los que operamos. Este año nuestros clientes de productos kosher y halal tienen a su disposición 337 productos que cumplen con estas especificaciones.

En las parafarmacias de nuestros centros comerciales contamos con personal farmacéutico, servicio asesor de salud y dietistas, así como dermoanalizadores capilares y faciales, para ofrecer una atención exclusiva a nuestros clientes. Estos profesionales asesoran sobre productos especiales para todo tipo de pieles, así como una amplia gama de gafas de presbicia. Dentro de nuestro marketplace de ortopedia se puede encontrar también mobiliario adaptado a necesidades específicas, como sillas y camas, entre otros.

En el ámbito de la moda contamos también con productos que se adaptan a lo que necesitan nuestros clientes en cada ocasión. Vestidos y trajes de primera comunión a medida, tallas especiales, prendas especiales para bebés prematuros en Mini Cotton y encargos de uniformidades especiales con 100% algodón.

#### Productos saludables

Trabajamos para ampliar la gama de productos que respondan a las necesidades de aquellos clientes concienciados con mantener una alimentación equilibrada y saludable.

Hemos avanzado en la reformulación de una amplia gama de productos de panadería, bollería y galletas, lácteos, platos preparados y bebidas refrescantes de nuestra marca propia, de acuerdo con el Plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas suscrito con el Ministerio de Sanidad. Con este compromiso de reformulación estamos reduciendo el contenido de azúcar, grasa y sal en más de 100 referencias de marca propia de nuestros productos de alimentación.

Este año se ha publicado el Reglamento Europeo que limita la presencia de grasas trans que no estén presentes de forma natural en los alimentos. Nuestros productos de marca propia ya cumplen con ello gracias al trabajo iniciado hace años para adaptarnos a las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud respecto a la limitación de este tipo de grasas.

En esta misma línea de potenciar los hábitos saludables, El Corte Inglés Seguros lanzó, en abril de 2018, el seguro VidaMovida bajo el lema “andar es ganar”. Este producto tiene asociada una app que mide los pasos alcanzados a lo largo del día y genera una acumulación de dinero cada trimestre. En el ejercicio 2019, un total de 6.620 clientes se han descargado esta app, que con la medición de sus pasos ha generado tarjetas regalo por importe de más de 44.000 euros.



## LA MEJORA CONTINUA Y EL DIÁLOGO PERMANENTE

Para la mejora continua del negocio mantenemos con nuestros clientes una comunicación bidireccional que entendemos como esencial para avanzar hacia la excelencia.

Ser un referente para los clientes exige conocer sus necesidades y expectativas, ser capaces de responder rápidamente. Trabajamos sobre 5 pilares fundamentales que estructuran nuestra relación con los clientes:

- Comunicación permanente multicanal
- Gestión de incidencias
- Nuevas soluciones y transformación digital
- Seguridad y protección de datos
- Transparencia en la información

### COMUNICACIÓN PERMANENTE MULTICANAL

Buscamos una comunicación cercana con el cliente, poniendo a su disposición distintos canales para establecer un diálogo continuado.

En 2019 hemos recibido más de 18 millones de llamadas y hemos aumentado en más de un 40% los SMS enviados. La atención personalizada y permanente adquiere especial importancia cuando se trata de dar servicio a los clientes del canal *online*; para ello, la División de Venta a Distancia (DVD) ofrece un teléfono de contacto disponible los 365 días del año y un correo electrónico al que dirigir las comunicaciones.

El número de llamadas realizadas a clientes ha descendido con respecto a 2018 ya que se ha potenciado el uso de las redes sociales y los correos electrónicos para dar respuesta a las necesidades de los clientes.

Ejercicio 2019	Ejercicio 2018
18,1 millones de llamadas de clientes recibidas	19,1 millones de llamadas de clientes recibidas <sup>3</sup>
Más de 3 millones de llamadas realizadas a clientes	Cerca de 4 millones de llamadas realizadas a clientes
Más de 859.000 SMS enviados	Más de 608.000 SMS enviados
2 millones de correos electrónicos recibidos / Más de 1,3 millones de correos electrónicos enviados	1,5 millones de correos electrónicos recibidos <sup>4</sup> / 700.000 correos electrónicos enviados
72.000 contactos gestionados en redes sociales	76.000 contactos gestionados en redes sociales
8,6 millones de usuarios registrados en nuestras páginas web	Más de 7,5 millones de usuarios registrados en nuestras páginas web
3,5 millones de seguidores en redes sociales	3,2 millones de seguidores en redes sociales

Gran parte de nuestros esfuerzos se están concentrando en el canal *online*, cada vez más demandado por los consumidores. A lo largo del ejercicio tuvimos más de 480 millones de visitas en nuestras páginas web de *retail*, lo que implica un incremento del 12% respecto al ejercicio anterior (432 millones de visitas en 2018).

También aumentó el número de usuarios registrados en nuestras páginas web, hasta alcanzar los 8,6 millones, un 15% más que en 2018. Nuestro catálogo *online* sigue aumentando y sólo en nuestra página web de El Corte Inglés se publicaron más de 2 millones de referencias frente a los 1,5 millones de referencias en el ejercicio anterior.

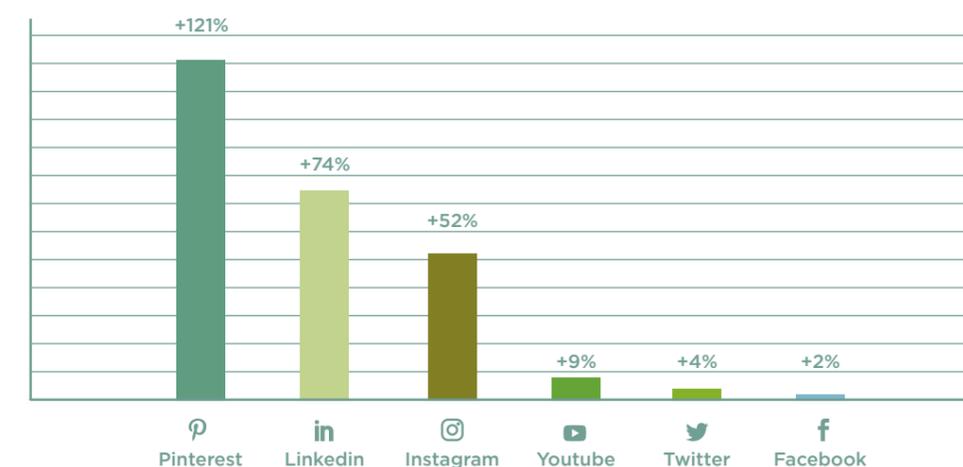
<sup>3</sup> Incluye, a diferencia del dato reportado en el Informe No Financiero 2018, las llamadas recibidas en la división de venta a distancia de El Corte Inglés, las llamadas recibidas en Viajes El Corte Inglés y las correspondientes a Seguros El Corte Inglés, a fin de hacer el dato comparable con el del ejercicio 2019.

<sup>4</sup> Incluye, a diferencia del dato reportado en el Informe No Financiero 2018, los correos electrónicos recibidos en la división de venta a distancia de El Corte Inglés, a fin de hacer el dato comparable con el del ejercicio 2019.

Estamos presentes en distintas plataformas y redes sociales con las que podemos comunicar nuestras iniciativas o lanzamientos, a la vez que prestamos atención a las sugerencias y reacciones de los ciudadanos. Así, nos pueden encontrar en Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Pinterest o YouTube.

En 2019 hemos aumentado un 5% nuestra comunidad en redes sociales, pasando a ser más de 3,5 millones de usuarios seguidores. Las distancias entre Facebook e Instagram se acortan, al incrementar los seguidores de este último un 52%, aunque Facebook sigue ocupando el primer lugar con más de 2 millones de seguidores.

### Incremento de usuarios por red social en 2019 vs 2018



### GESTIÓN DE INCIDENCIAS

Dado el gran número de interacciones comerciales que se producen con los clientes, resulta fundamental proporcionar una atención inmediata y personalizada para dar respuesta, y de manera satisfactoria, al número de incidencias a las que hacemos frente.

Desde que entró en funcionamiento en los centros comerciales de El Corte Inglés, en noviembre de 2018, la plataforma de gestión de las relaciones con los clientes, Salesforce, se han conseguido acortar de manera significativa los periodos medios de resolución de incidencias recibidas en esta herramienta, pasando de 3,7 a 2,6 días, lo que supone una reducción del 30%.

### Contactos de clientes en 2019

Número de contactos	299.086
Tiempo medio de resolución	2,6 días

Además, en el resto de las empresas del Grupo se contabilizan un total de 33.996 incidencias, con un porcentaje de reclamaciones resueltas superior al 92%. De ellas, 3.890 corresponden al Grupo de Seguros El Corte Inglés, lo que significa un porcentaje muy reducido teniendo en cuenta tanto el volumen de negocio como el número de prestaciones que se han tramitado en el año.

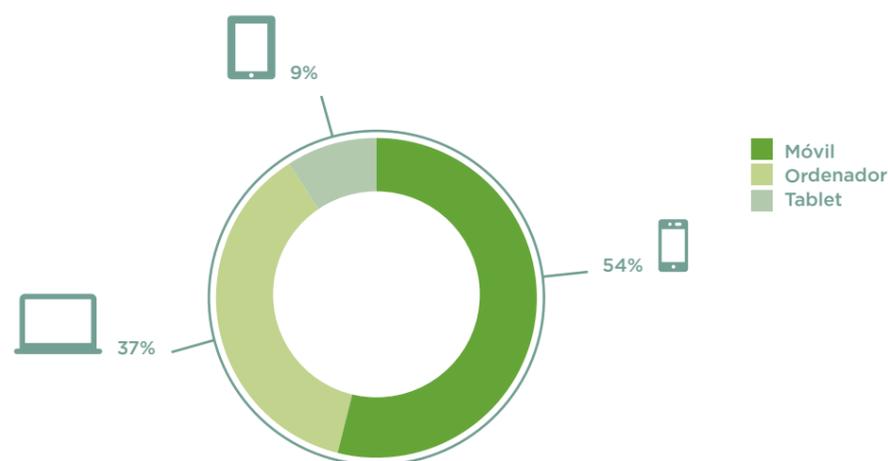
## NUEVAS SOLUCIONES Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Avanzamos al ritmo tecnológico que requieren nuestros clientes y trabajamos para hacer más cómodas y sencillas sus experiencias de compra a través de cualquier canal, ya sea *online* u *offline*.

En este sentido, hemos desarrollado nuevas alianzas que impulsan la internacionalización de nuestras marcas propias a través de AliExpress y otros operadores, aprovechando la red global del comercio electrónico. Asimismo, desde 2018 potenciamos las posibilidades que nos ofrecía la red social Instagram con *Instagram Shopper*, permitiendo realizar la compra directamente desde este canal.

La interrelación entre el mundo físico y el *online* ha impulsado el crecimiento de un cliente versátil y multicanal que elige uno u otro canal de forma indistinta en función del momento y de las necesidades. En 2019 contabilizamos cerca de 1 millón de clientes multicanal muy activos que se tradujeron en más de 5,5 millones de pedidos, un 22% más que el ejercicio anterior. Cabe destacar el fuerte crecimiento de las compras *online* a través de *smartphone* frente a otros dispositivos móviles como ordenador o tablet.

### Distribución de pedidos *online* por dispositivo en 2019



Las sinergias entre el mundo *online* y *offline* nos han llevado a potenciar tres servicios: Click&Collect (pedidos por internet con recogida en el punto de venta seleccionado), Click&Car (compra en el supermercado virtual y recogida en el establecimiento elegido) y Click&Express (compras *online* y entrega en menos de dos horas o en el horario elegido). Estas formas de compra a distancia han tenido, ya en el ejercicio 2020, un papel muy importante durante la crisis sanitaria desatada por el COVID-19, ya que ha permitido a los clientes realizar la compra por internet o por teléfono y recibirla en sus hogares o bien recogerla con su vehículo en el aparcamiento del centro elegido.

En el ejercicio 2019, la tasa de servicio, entendido como el porcentaje de entregas realizadas dentro del plazo fijado con el cliente, fue del 89,9%. En cuanto a la forma de pago, destaca la utilización de nuestra tarjeta de compra El Corte Inglés, que ya supera los 11,5 millones de usuarios.



### TARJETA DE COMPRA

La tarjeta de compra El Corte Inglés, que nació hace más de cincuenta años como un nuevo concepto de pago para facilitar la compra a los clientes, se ha convertido en una de las más populares y utilizadas en España, con más de 11,5 millones de usuarios. La tarjeta permite diversas modalidades de pago y financiar las compras hasta en 60 días, sin coste para el cliente; también es posible operar *online* desde cualquier dispositivo, disfrutar de dos horas de parking gratuito por compras superiores a 35 euros en todos nuestros establecimientos y obtener bonificaciones al repostar en las estaciones de servicio Repsol, Campsa y Petronor, entre otras ventajas.

Además, con el fin de adaptarnos a las necesidades de la sociedad y de seguir innovando en el abanico de servicios, desde 2019 los clientes de El Corte Inglés pueden pagar sus compras a través de la app Waylet de Repsol y WeChat Pay, esta última utilizada por más de 800 millones de usuarios en China.

## SEGURIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

En el Grupo El Corte Inglés velamos por la privacidad y seguridad de los datos personales de nuestros clientes, dándoles la máxima importancia.

En el ejercicio hemos trabajado en la revisión de las políticas corporativas y de los procedimientos implantados en materia de privacidad y de protección de datos para asegurar que las medidas técnicas y organizativas implantadas en el Grupo están alineadas con el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo (RGPD) y de la Ley 03/2018 Orgánica de Protección de Datos y Garantía de los Derechos Digitales (en adelante, LOPDGDD). En este sentido el departamento de Desarrollo Corporativo Interno (DCI) se configura como soporte y control interno en esta materia sobre las distintas áreas de negocio.

Tras la revisión de las políticas y procedimientos no se han detectado hechos significativos y/o desarrollos normativos sustanciales que justifiquen modificación alguna; tampoco ha sido necesario informar a la Comisión de Auditoría y Control.

Por otra parte, y en relación con las medidas organizativas y técnicas, se han implantado nuevos procedimientos y/o normas con sus correspondientes controles. En este sentido, se han publicado 13 normas internas para clarificar conceptos del RGPD. También se ha aprobado el procedimiento de Notificación de Brechas de Seguridad e implantado la Política de Privacidad, para favorecer la transparencia y accesibilidad a nuestros clientes.

La gestión principal de controles para mitigar los riesgos de Protección de Datos se realiza con una herramienta de monitorización mediante la cual se han analizado 56 Registros de Actividades de Tratamiento de Datos, que se han agrupado y definido en 30 Categorías de Tratamiento. En total se han definido 139 finalidades diferentes.

Se han analizado las evaluaciones objetivas de las 12 Categorías de Tratamiento más significativas para la estrategia del Grupo.

Las reclamaciones o quejas recibidas pueden proceder de la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) si se trata de un requerimiento sobre denuncia de un tercero, o directamente de un tercero por los canales disponibles en el Grupo (correo electrónico, teléfono, correo postal o presencialmente en puntos de atención al cliente). Todas las reclamaciones o quejas se canalizan al Delegado de Protección de Datos del Grupo que abre un expediente y gestiona cada caso de forma individual.

## TRANSPARENCIA EN LA INFORMACIÓN

El Corte Inglés está firmemente comprometido con la información y la transparencia. Como miembros de Autocontrol, organismo independiente de autorregulación de la industria publicitaria en España, un año más asumimos el compromiso ético de ejercer de forma responsable la libertad de comunicación comercial a través del sistema de autorregulación publicitaria.

Asimismo, elaboramos el Reporte trimestral de Cumplimiento que recoge las potenciales incidencias/reclamaciones que nos lleguen de los consumidores vía Autocontrol. Un año más, hemos recibido de este organismo el certificado que acredita que El Corte Inglés ha cumplido en sus comunicaciones comerciales el Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol.

Además, contamos con protocolos internos en los que se recogen, por categorías de producto, los requisitos legales de información al consumidor para los productos que comercializamos con nuestras marcas.

## NUESTRO MOVIMIENTO POR LA SOSTENIBILIDAD

En los últimos años hemos dado pasos firmes en nuestro compromiso con la sostenibilidad, integrándola en las actuaciones y en la toma de decisiones de todo el Grupo. En 2019 hemos creado nuestro Movimiento por la Sostenibilidad, cuyo objetivo es avanzar hacia un modelo de negocio y un estilo de vida más sostenible, así como progresar en los compromisos que se reflejan en nuestro Manifiesto:

## NUESTRO MANIFIESTO



NOS COMPROMETEMOS A TENER RESIDUO CERO EN 2025



TRABAJAMOS SOLO CON PROVEEDORES QUE DEMUESTREN UN COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE Y LOS DERECHOS HUMANOS



PROMOVEMOS LA ECONOMÍA CIRCULAR



APOSTAMOS POR MATERIAS PRIMAS MÁS SOSTENIBLES



REDUCIMOS PASO A PASO NUESTRA HUELLA PLÁSTICA



CONSUMIMOS DESDE YA 100% DE LA ENERGÍA ELÉCTRICA DE ORIGEN RENOVABLE



PONEMOS A TU DISPOSICIÓN PUNTOS PARA RECARGAR TU VEHÍCULO ELÉCTRICO



DAMOS UNA SEGUNDA OPORTUNIDAD A TU ROPA, TUS APARATOS ELÉCTRICOS, TUS JUGUETES Y TUS LIBROS.



“Nos queda mucho por hacer, pero ya estamos en movimiento”

Hemos afianzado nuestros compromisos empresariales globales a través de la adhesión a distintas iniciativas que se resumen en la siguiente tabla:

**Compromisos empresariales**

Nombre iniciativa	Áreas afectadas	Compromiso específico	Año
Formación	Todas	100% compradores y diseñadores formados en ecodiseño para la reciclabilidad	2020
		100% compradores y diseñadores formados en ecodiseño del <i>packaging</i>	2021
Better Cotton Initiative (BCI)	Áreas de moda y textil hogar	Compra del 15% de algodón basado en la iniciativa BCI	2020
		Compra del 50% de algodón sobre la base de la iniciativa BCI	2023
Fashion Pact	Textil, moda y complementos	Clima: Promover la adaptación climática y resiliencia, materias primas con bajo impacto climático (orgánico, reciclado, regenerativo, sostenible) al menos un 25%, comenzando por algodón, viscosa y cuero	2025
Fashion Pact con Carta de la Industria de la Moda para la Acción Climática UNFCCC	Textil, moda y complementos	Clima: 50% uso de energías renovables en operaciones propias e incentivarlo en la cadena de suministro	2025
		Clima: 100% uso de energías renovables en operaciones propias e incentivarlo en cadena de suministro	2030
		Descarbonización de la industria de la moda actuando sobre los 16 principios de la Carta de la Industria de la Moda para la Acción Climática	2050
Pacto de Malta Marine Stewardship Council	Productos pesqueros	Incremento gradual del producto certificado en marcas propias y en fresco	Revisión anual

El Movimiento por la Sostenibilidad aspira a proporcionar a nuestros clientes la más amplia e innovadora oferta de productos y servicios con atributos de sostenibilidad, al tiempo que facilita la más completa información a todos nuestros grupos de interés, tal y como se muestra en la siguiente figura:



### GUÍA DE COMPRA RESPONSABLE

Para establecer claramente lo que es un producto sostenible en El Corte Inglés se ha elaborado, en colaboración con expertos y grupos de interés, nuestra guía de producto sostenible para compradores y proveedores que define cuatro programas para las áreas de *retail*:

	<p><b>ORIGEN SOSTENIBLE:</b> las materias primas provienen de una fuente o de un programa de abastecimiento sostenible. (Ej.: madera o viscosa FSC, Better Cotton Initiative)</p>
	<p><b>CERRANDO EL CÍRCULO:</b> el producto se compone de material reciclado o regenerado a partir de subproductos de la misma actividad o de otra. (Ej.: GRS, chancas polvo de neumático)</p>
	<p><b>DISEÑO Y FABRICACIÓN SOSTENIBLES-PROCESOS:</b> el producto incorpora procesos que minimizan el impacto en diseño, producción o fase de uso. (Ej.: Electrodomésticos A+ o superior, acabados con ozono)</p>
	<p><b>CERCANÍA:</b> producción en cercanía reduciendo transporte y fomentando la economía local. (Ej.: Etiqueta MÑ Hecho en España, Denominación de Origen)</p>

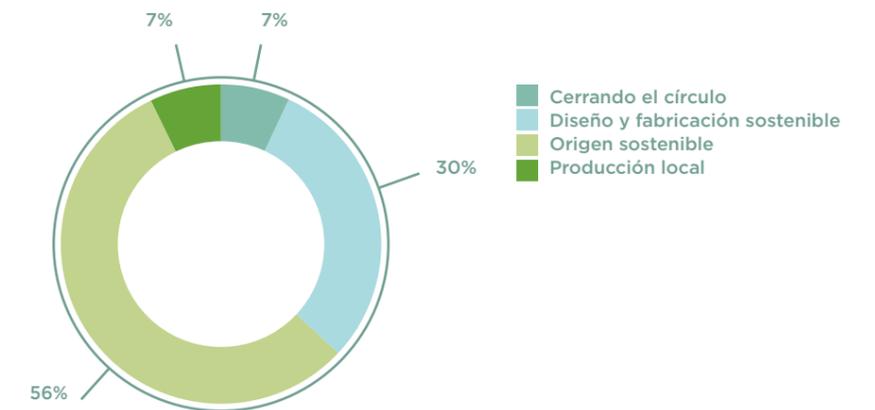


### Referencias sostenibles

		S/Total
N.º Referencias Únicas	95.945	—
N.º Atributos Marca Propia	50.610	50,4%
N.º Atributos Marca Ajena	49.857	49,6%

Nota: una misma referencia de producto puede tener varios atributos de sostenibilidad.

### Distribución de productos sostenibles en los cuatro programas de sostenibilidad



Durante 2019 hemos ampliado el surtido de productos sostenibles que nuestros diseñadores y compradores desarrollan en línea con las pautas definidas en la guía de producto sostenible.

**Productos sostenibles**

		3.700 productos con Denominación de Origen e Indicación Geográfica Protegida
		3.125 productos de producción ecológica se encuentran disponibles en los 21 espacios Biosfera
		Incorporamos azúcar de Comercio Justo en la elaboración de nuestros roscones de Reyes
		21.218 muebles, papelería y juguetes con certificado forestal
		Más de 400 productos denominados de protección ambiental, que fomentan un estilo de vida sostenible en el hogar (huertos urbanos, pinturas biodegradables o elementos para el reciclaje)
		3.845 productos con Etiqueta MÑ Hecho en España, como los zapatos Gloria Ortiz
		24.516 productos Oekotex Standard 100* o Made in Green en moda hombre, mujer, lencería, baño, deportes y textil hogar
		76 productos que ahorran agua en su fabricación como la Colección Emidio Tucci con tecnología Dry Indigo*
		164 referencias en Easy Wear con hilo de algodón reciclado Recover* a partir del textil recopilado en los contenedores de Cáritas moda re- en nuestras tiendas
		14.926 productos de algodón orgánico en colecciones de textil hogar y moda, como las marcas Free Style, Cotton Juice, UNIT o Sfera
		Productos rellenos de pluma y plumón en cama técnica reciclado Neokdun*

El lanzamiento del Movimiento por la Sostenibilidad en septiembre de 2019 estuvo acompañado de numerosas iniciativas y actuaciones, consiguiendo que más de 5 millones de personas recibiesen información al respecto. Una de esas iniciativas es la concienciación al ciudadano a través de la web de la compañía ([www.elcorteingles.es/sostenibilidad](http://www.elcorteingles.es/sostenibilidad)), que ofrece información al consumidor sobre opciones de compra y consejos para un estilo de vida más sostenible y saludable.

Asimismo, se llevó a cabo una labor de sensibilización a través de la organización de diferentes Ecoencuentros y talleres prácticos en las que participaron expertos y personas relevantes - algunos de los más destacados en 2019 han sido “El consumidor consciente”, “Cero residuos” y “Medición de impacto”. De entre los talleres celebrados ha tenido especial relevancia “Cuida tus prendas y ordena tu armario”, en colaboración con Slow Fashion Next, donde una experta en moda sostenible explicó cómo elegir las prendas, combinarlas, alargar su vida y ordenarlas para un armario más verde.

En el ámbito de Viajes El Corte Inglés, se ha elaborado una guía de turismo para el desarrollo sostenible en colaboración con la Red Española del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y de la mano de los principales grupos de interés identificados en el sector turístico (UNICEF, WWF, FAADA, ECODES). Sobre la base de dicha guía, se ha impartido una formación a más de 150 compradores de Viajes El Corte Inglés que suponen el 99% de la plantilla de compras y contrataciones. Además, Viajes El Corte Inglés ha publicado su tercer folleto de turismo para el desarrollo sostenible y la aplicación del Decálogo del Viajero Responsable en toda su actividad (<https://inbusiness.viajeselcorteingles.es/es/viajes-el-corte-ingles/rsc/>).

Por su parte, El Corte Inglés Empresas se adhirió en 2019 a las herramientas del Certificado Verde impulsado por el Consejo para la Edificación Sostenible de España (GBCe), que busca contribuir con la transformación del mercado hacia una edificación más sostenible con una metodología de evaluación de la sostenibilidad de los edificios.



El Corte Inglés-Grandes Armazéns también ha dado importantes pasos en este ámbito con la firma del Pacto para Lisboa Capital Verde Europea y del Pacto de Movilidad.

En enero de 2020, se creó el Comité Ejecutivo de Sostenibilidad. Con él se completa la estructura de gobernanza que tiene su máximo exponente en la Comisión de Responsabilidad Social Corporativa del Consejo de Administración, lo que permite que la sostenibilidad se aborde desde el más alto nivel y de manera transversal.



## EQUIPO COMPROMETIDO

Un equipo comprometido en alcanzar la meta.

Especialización y pasión por el trabajo son claves que definen a nuestros empleados. Un equipo humano que cuidamos y alentamos para avanzar juntos en la misma dirección.

Los empleados constituyen una pieza clave para la garantía del éxito del modelo de negocio. Por esta razón, apostamos por el desarrollo profesional y el fomento de un ambiente motivacional.

#### Asuntos materiales vinculados

- Igualdad de oportunidades, diversidad e inclusión
- Conciliación laboral, personal, familiar y corresponsabilidad
- Seguridad y salud laboral

Aunque este informe se refiere al ejercicio 2019 (cerrado a 29 de febrero de 2020), a principios del ejercicio 2020 y con motivo de la aparición del Covid-19, El Corte Inglés se ha visto obligado a cerrar temporalmente sus establecimientos y cesar su actividad habitual, salvo las áreas de alimentación y productos de primera necesidad. Esto ha llevado al Grupo a solicitar en marzo de 2020 un Expediente de Regulación Temporal de Empleo, acogiéndose a las medidas recogidas en el Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por causa de fuerza mayor y con el objetivo de mantener el empleo.

# 88.268

EMPLEADOS  
en el Grupo

89,6%  
empleados con  
CONTRATO  
INDEFINIDO

70,4%  
empleados a  
JORNADA  
COMPLETA

15,2 años de  
ANTIGÜEDAD  
MEDIA  
de la plantilla

## NUESTRO EQUIPO

Para poder atender y dar servicio a nuestros clientes necesitamos disponer de un gran equipo humano especializado en todas nuestras líneas de negocio.

El Grupo El Corte Inglés contaba a 29 de febrero de 2020 con una plantilla de 88.268 personas, a las que hay que añadir alrededor de otras 24.300 externas que también trabajan en nuestros Centros de El Corte Inglés, tanto en la actividad comercial como en servicios. Del total de la plantilla del Grupo, un 93,5% trabaja en España, un 3,8% en Portugal y un 2,7% en otros 22 países de todo el mundo; el 64% de los empleados son mujeres y el 36% hombres.

El número de empleados al cierre del ejercicio se ha reducido en 1.736 personas respecto al año anterior, debido principalmente a jubilaciones, bajas voluntarias y rescisiones de contratos. La mayor eficacia en la organización de los recursos humanos ha permitido compensar la disminución de la plantilla, manteniendo la calidad y el servicio que caracterizan a la compañía.

Nuestro equipo está integrado por todo tipo de perfiles para cubrir las diversas necesidades y obtener los mejores resultados.



### Distribución de la plantilla por sexo

Sexo	Plantilla 2019	% 2019	% 2018
Mujer	56.450	64,0%	63,9%
Hombre	31.818	36,0%	36,1%
<b>TOTAL</b>	<b>88.268</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### Distribución de la plantilla por país

País	Plantilla 2019	% 2019	% 2018
España	82.546	93,5%	93,7%
Portugal	3.391	3,8%	3,7%
Resto de países	2.331	2,7%	2,6%
<b>TOTAL</b>	<b>88.268</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### Distribución de la plantilla por rango de edad

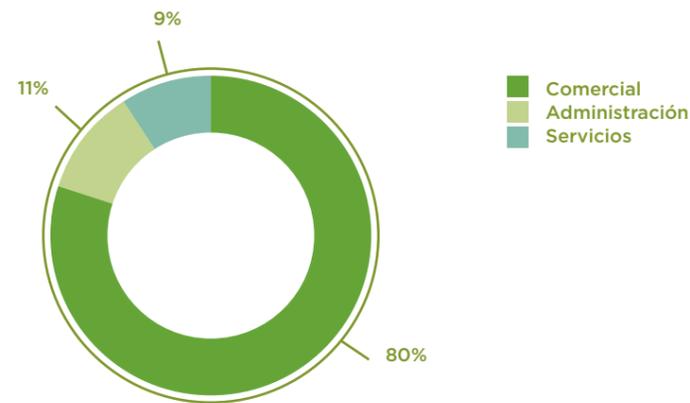
Edad	Plantilla 2019	% 2019	% 2018
Menos de 30 años	12.833	14,5%	15%
De 30 a 50 años	51.519	58,4%	62%
Más de 50 años	23.916	27,1%	23%
<b>TOTAL</b>	<b>88.268</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### Distribución de la plantilla por grupos profesionales

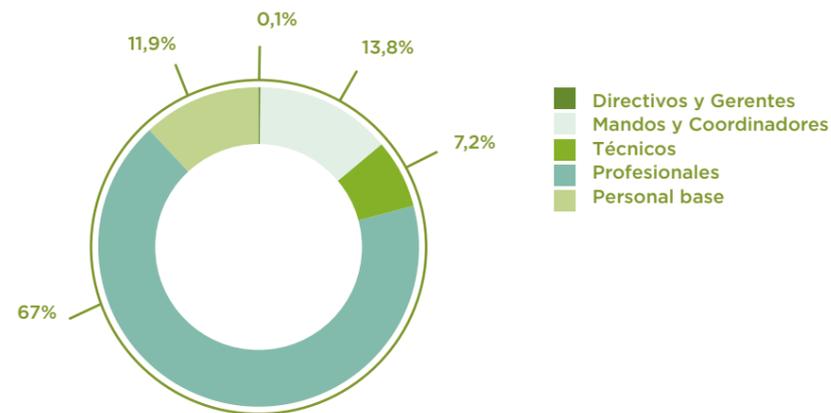
Grupo Profesional	Plantilla 2019	% 2019	% 2018
Directivos y gerentes	118	0,1%	0,1%
Mandos y Coordinadores	12.139	13,7%	13,3%
Técnicos	6.312	7,2%	6,4%
Profesionales	59.178	67,0%	67,0%
Personal base	10.521	12,0%	13,2%
<b>TOTAL</b>	<b>88.268</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Por colectivos, el 80% de la plantilla desarrolla sus competencias profesionales en el ámbito comercial, mientras que el 20% restante se distribuye entre actividades de administración y de servicios. Nuestro equipo cuenta con una gran diversidad generacional, con una edad media de la plantilla de 42 años.

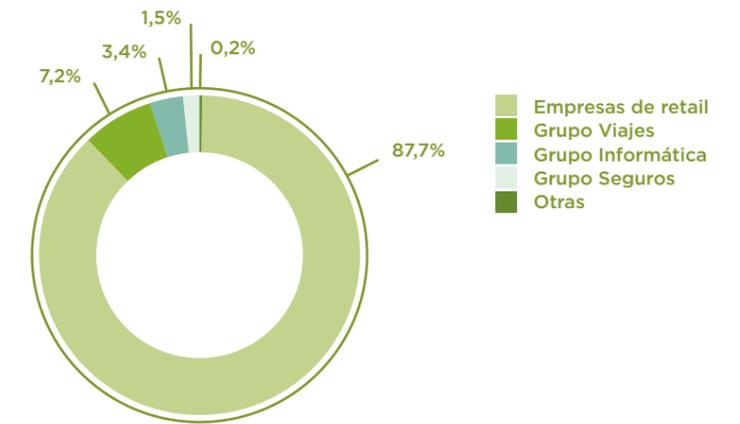
**Nuestro equipo por colectivos**



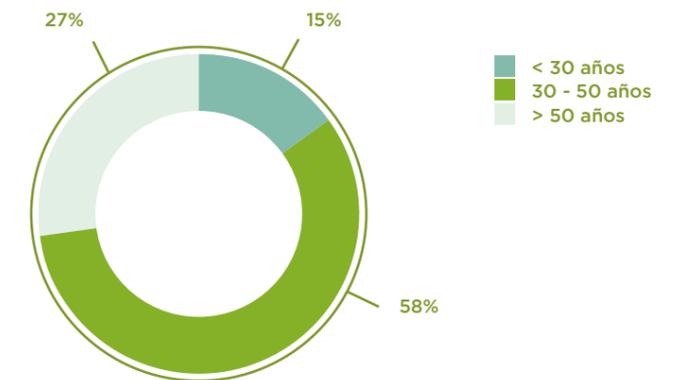
**Nuestro equipo por grupos profesionales**



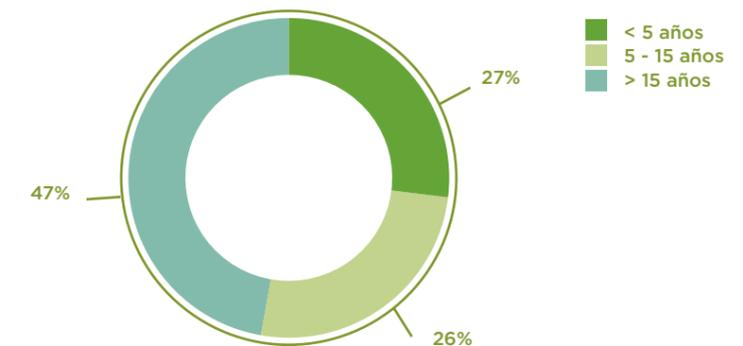
**Nuestro equipo por líneas de negocio**



**Nuestro equipo por intervalos de edad**



**Nuestro equipo por intervalos de antigüedad**



El 89,6% de la plantilla tiene contrato indefinido, lo que supone un punto porcentual más que el año anterior. Su distribución por sexo, edad y grupo profesional se refleja en las siguientes tablas:

#### Distribución de la plantilla por tipo de contrato y sexo

Sexo	Contrato indefinido 2019	% Contrato indefinido / sexo 2019	% Contrato indefinido / sexo 2018	Contrato temporal 2019	% Contrato temporal / sexo 2019	% Contrato temporal / sexo 2018
Mujer	50.440	89,4%	88,6%	6.010	10,6%	11,4%
Hombre	28.637	90,0%	88,7%	3.181	10,0%	11,3%
<b>TOTAL</b>	<b>79.077</b>	<b>89,6%</b>	<b>88,6%</b>	<b>9.191</b>	<b>10,4%</b>	<b>11,4%</b>

#### Distribución de la plantilla por tipo de contrato y edad

Edad	Contrato indefinido 2019	% Contrato indefinido / edad 2019	% Contrato indefinido / edad 2018	Contrato temporal 2019	% Contrato temporal / edad 2019	% Contrato temporal / edad 2018
Menos de 30 años	7.006	54,6%	51,8%	5.827	45,4%	48,2%
De 30 a 50 años	48.487	94,1%	93,7%	3.032	5,9%	6,3%
Más de 50 años	23.584	98,6%	99,0%	332	1,4%	1,0%
<b>TOTAL</b>	<b>79.077</b>	<b>89,6%</b>	<b>88,6%</b>	<b>9.191</b>	<b>10,4%</b>	<b>11,4%</b>

#### Distribución de la plantilla por tipo de contrato y grupo profesional

Grupo profesional	Contrato indefinido 2019	% Contrato indefinido / Grupo profesional 2019	% Contrato indefinido / Grupo profesional 2018	Contrato temporal 2019	% Contrato temporal / Grupo profesional 2019	% Contrato temporal / Grupo profesional 2018
Directivos y gerentes	118	100,0%	100%	0	0,0%	0%
Mandos y Coordinadores	12.061	99,4%	99,5%	78	0,6%	0,5%
Técnicos	6.113	96,9%	96,9%	199	3,1%	3,1%
Profesionales	56.300	95,1%	95,5%	2.878	4,9%	4,5%
Personal base	4.485	42,6%	39,3%	6.036	57,4%	60,7%
<b>TOTAL</b>	<b>79.077</b>	<b>89,6%</b>	<b>88,6%</b>	<b>9.191</b>	<b>10,4%</b>	<b>11,4%</b>

En cuanto al tipo de jornada, el 70,4% de nuestra plantilla trabaja a tiempo completo, frente al 69,7% del año anterior. De los profesionales que trabajan a jornada completa, un 55% son mujeres y un 45% son hombres.

#### Distribución de la plantilla propia por tipo de jornada y sexo

Sexo	Jornada completa 2019	% Jornada completa / sexo 2019	% Jornada completa / sexo 2018	Jornada parcial 2019	% Jornada parcial / sexo 2019	% Jornada parcial / sexo 2018
Mujer	33.876	60,0%	59,2%	22.574	40,0%	40,8%
Hombre	28.223	88,7%	88,2%	3.595	11,3%	11,8%
<b>TOTAL</b>	<b>62.099</b>	<b>70,4%</b>	<b>69,7%</b>	<b>26.169</b>	<b>29,6%</b>	<b>30,3%</b>

#### Distribución de la plantilla por tipo de jornada y edad

Edad	Jornada completa 2019	% Jornada completa / edad 2019	% Jornada completa / edad 2018	Jornada parcial 2019	% Jornada parcial / edad 2019	% Jornada parcial / edad 2018
Menos de 30 años	7.990	62,3%	62,9%	4.843	37,7%	37,1%
De 30 a 50 años	35.616	69,1%	69,6%	15.903	30,9%	30,4%
Más de 50 años	18.493	77,3%	74,4%	5.423	22,7%	25,6%
<b>TOTAL</b>	<b>62.099</b>	<b>70,4%</b>	<b>69,7%</b>	<b>26.169</b>	<b>29,6%</b>	<b>30,3%</b>

#### Distribución de la plantilla por tipo de jornada y grupo profesional

Grupo profesional	Jornada completa 2019	% Jornada completa / Grupo profesional 2019	% Jornada completa / Grupo profesional 2018	Jornada parcial 2019	% Jornada parcial / Grupo profesional 2019	% Jornada parcial / Grupo profesional 2018
Directivos y gerentes	113	95,8%	93,8%	5	4,2%	6,2%
Mandos y Coordinadores	11.264	92,8%	91,6%	875	7,2%	8,4%
Técnicos	5.418	85,8%	86,3%	894	14,2%	13,7%
Profesionales	39.379	66,5%	66,2%	19.799	33,5%	33,8%
Personal base	5.925	56,3%	56,9%	4.596	43,7%	43,1%
<b>TOTAL</b>	<b>62.099</b>	<b>70,4%</b>	<b>69,7%</b>	<b>26.169</b>	<b>29,6%</b>	<b>30,3%</b>

Por otro lado, a cierre del ejercicio, el promedio anual de contratos a lo largo de 2019 ha sido de 89.599, de los cuales el 90% han sido contratos indefinidos.

#### Promedio anual de contratos por tipo de contrato, jornada y sexo

Sexo	Contrato indefinido 2019			Contrato temporal 2019		
	Jornada completa	Jornada parcial	Total 2019	Jornada completa	Jornada parcial	Total 2019
Mujer	30.538	20.989	51.527	3.454	2.344	5.799
Hombre	26.400	2.748	29.149	2.011	1.114	3.125
<b>TOTAL</b>	<b>56.938</b>	<b>23.737</b>	<b>80.676</b>	<b>5.465</b>	<b>3.458</b>	<b>8.924</b>

#### Promedio anual de contratos por tipo de contrato, jornada y rango de edad

Rangos de edad	Contrato indefinido 2019			Contrato temporal 2019		
	Jornada completa	Jornada parcial	Total 2019	Jornada completa	Jornada parcial	Total 2019
Menos de 30 años	4.668	2.473	7.141	3.081	2.702	5.783
De 30 a 50 años	33.709	15.466	49.176	2.173	655	2.828
Más de 50 años	18.561	5.798	24.359	211	102	313
<b>TOTAL</b>	<b>56.938</b>	<b>23.737</b>	<b>80.676</b>	<b>5.465</b>	<b>3.458</b>	<b>8.924</b>

#### Promedio anual de contratos por tipo de contrato, jornada y grupo profesional

Grupo profesional	Contrato indefinido 2019			Contrato temporal 2019		
	Jornada completa	Jornada parcial	Total 2019	Jornada completa	Jornada parcial	Total 2019
Directores y gerentes	121	8	129	0	0	0
Mandos y coordinadores	11.430	967	12.396	54	28	82
Técnicos	5.173	860	6.033	136	42	178
Profesionales	37.611	20.051	57.662	2.351	479	2.830
Personal base	2.603	1.852	4.456	2.924	2.910	5.834
<b>TOTAL</b>	<b>56.938</b>	<b>23.737</b>	<b>80.676</b>	<b>5.465</b>	<b>3.458</b>	<b>8.924</b>

## ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DEL TALENTO<sup>5</sup>

La actividad comercial del Grupo varía dependiendo de la época del año y esto requiere reforzar la plantilla para atender a las necesidades propias de cada periodo. El departamento de recursos humanos busca atraer a los mejores candidatos a través de procesos minuciosos, identificando personas comprometidas con la ética y los valores corporativos. Además, priorizamos el talento interno y el desarrollo profesional de nuestros trabajadores.

En 2019 hemos seguido avanzando en nuestro modelo de selección de los candidatos a través del Portal de Empleo de nuestra web, que se lanzó en 2018 y se ha convertido en la fuente principal de reclutamiento para todas las empresas del Grupo.

La reputación de marca empleadora se ha visto reforzada por el alto número de accesos a dicho Portal, donde se han recibido más de 400.000 inscripciones en las ofertas publicadas, tanto para las empresas de *retail*, como para el resto de empresas del Grupo en España y Portugal.

#### Los principales ejes seguidos en los procesos de selección están enmarcados en la orientación social del Grupo:

La sostenibilidad en el empleo, buscando la mejor adecuación del talento y las capacidades del candidato a cada puesto ofertado, de tal forma que favorezca su adaptación y éxito de su carrera profesional en el Grupo.

La diversidad en los procesos de selección, prestando una especial atención a la contratación de candidatos provenientes de colectivos en riesgo de exclusión, como son personas con discapacidad o mujeres víctimas de violencia de género, con el claro objetivo de ayudarles en su inclusión y en su desarrollo personal y profesional a todos los niveles.

La igualdad en los procesos, valorando a los candidatos por sus capacidades académicas y profesionales, así como por su experiencia laboral.



<sup>5</sup> Alcance de los datos: empleados de empresas del Grupo en España y El Corte Inglés-Grandes Armazéns (ECIGA).



En el ámbito académico, el Grupo El Corte Inglés mantiene acuerdos con las principales universidades, escuelas de negocios y centros educativos, lo que nos permite incorporar cada año alumnos en prácticas de todo tipo de especialidades y niveles académicos, desde formación profesional a grados y posgrados.

Cabe destacar la participación en la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial en la Universidad de Oviedo, en la Cátedra IECISA en la Universidad Politécnica de Madrid o nuestra participación en el Programa 4º ESO+Empresa de la Comunidad de Madrid, programa mediante el cual se da a conocer la distribución comercial a más de 70 alumnos cada año.

Nuestra implicación en este ámbito ha hecho que en el ejercicio 2019 hayamos participado de forma directa con un centro de referencia nacional de formación profesional en la conversión a modalidad dual del ciclo de Grado Superior de FP en Transporte y Logística.

Por otro lado, participamos en las principales ferias y eventos para el empleo donde se ha podido dar visibilidad a la variada y numerosa oferta de empleo de calidad existente en nuestras empresas.

Durante el ejercicio 2019 se han incorporado 1.590 personas con contrato indefinido, el 40% de ellas menores de 30 años, lo que pone de manifiesto nuestra confianza en el talento joven. A ello hay que añadir las más de 11.300 personas que fueron dadas de alta con contrato temporal para refuerzos puntuales, causando baja en el propio ejercicio.

#### Nº de personas con contrato indefinido incorporadas en el ejercicio

Edad	Personas 2019	% 2019	% 2018
Menos de 30 años	683	43,0%	40,7%
De 30 a 50 años	819	51,5%	55,5%
Más de 50 años	88	5,5%	3,8%
<b>TOTAL</b>	<b>1.590</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

La tasa de nuevas contrataciones en la plantilla fija sobre el total ha sido del 1,9%.

En 2019, 1.333 empleados con contrato indefinido han causado baja voluntaria, lo que se traduce en una tasa del 1,5% en la rotación de plantilla fija respecto al total de los empleados. Asimismo, se produjeron 1.332 bajas no voluntarias.

#### Detalle de las bajas no voluntarias por sexo

Sexo	Personas 2019	% 2019	% 2018
Mujer	766	57,5%	43,3%
Hombre	566	42,5%	56,7%
<b>TOTAL</b>	<b>1.332</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

#### Detalle de las bajas no voluntarias por rangos de edad

Edad	Personas 2019	% 2019	% 2018
Menos de 30 años	116	8,7%	10,8%
De 30 a 50 años	726	54,5%	61,4%
Más de 50 años	490	36,8%	27,8%
<b>TOTAL</b>	<b>1.332</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

#### Detalle de las bajas no voluntarias por grupo profesional

Grupo Profesional	Personas 2019	% 2019	% 2018
Directores y gerentes	9	0,7%	0,6%
Mandos y coordinadores	280	21,0%	16,9%
Técnicos	100	7,5%	6,6%
Profesionales	839	63,0%	67,7%
Personal base	104	7,8%	8,2%
<b>TOTAL</b>	<b>1.332</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Por otro lado, el reconocimiento al esfuerzo, fidelidad y constancia de los empleados queda reflejado en la imposición de emblemas a aquellos profesionales que cumplan 25 y 15 años de servicio en el Grupo. En este sentido, un 3,6% más de empleados respecto a 2018 han sido reconocidos con esta distinción, es decir, un total de 4.008 personas.

#### Entrega de emblemas

ORO 25 años	PLATA 15 años	TOTAL 2019	TOTAL 2018
768	3.240	4.008	3.867

## DESARROLLO PROFESIONAL<sup>6</sup>

Nuestros empleados tienen la oportunidad de desarrollar una extensa carrera profesional en el Grupo, como lo demuestran los más de 15 años de antigüedad media de la plantilla. De hecho, el 47% de las personas lleva más de 15 años trabajando con nosotros.



## FORMACIÓN

La formación es un factor diferenciador de El Corte Inglés desde sus orígenes, y un elemento estratégico para abordar la permanente innovación en servicios y productos.

Creemos que invertir en formación repercute positivamente para ambas partes y, por eso, durante el ejercicio 2019 destinamos a ello más de 24 millones de euros, en línea con 2018.

En particular, El Corte Inglés-Grandes Armazéns ha incrementado en este ejercicio la inversión en formación y recursos para el personal, con diversas acciones de sensibilización sobre responsabilidad social corporativa y buenas prácticas laborales. Se ha impartido formación en las áreas de especialización, servicio, producto y otras más generales.

A lo largo de 2019, más de 59.300 empleados de todo el Grupo han sido formados en materia de RSC, fruto de la implicación de El Corte Inglés en este ámbito.

Apostamos por una formación que permita a nuestros profesionales una mayor especialización y, para ello, contamos con un equipo de dilatada experiencia, capaz de diseñar y planificar una formación adecuada, utilizando la metodología pedagógica más novedosa.

<sup>6</sup> Alcance de los datos: empleados de empresas del Grupo en España y El Corte Inglés-Grandes Armazéns (ECIGA).

Nuestra estrategia en este ámbito nos ha llevado a desarrollar un 57% más de acciones formativas presenciales, superando las más de 27.000 acciones durante el ejercicio 2019. A éstas hay que sumar los esfuerzos enfocados a la formación *online*, donde ha destacado la puesta en marcha del Aula Virtual, que nos permite acercar la formación al propio puesto de trabajo.

El Aula Virtual consiste en un aula nodriza situada en nuestro centro de formación de Herrera Oria (Madrid), desde la que se imparten acciones formativas de contenidos cortos y concretos, y que está conectada a las 86 aulas de los centros comerciales. Esto da a los alumnos la oportunidad de intervenir en tiempo real a través de una comunidad virtual que se crea para cada evento.

### Formación presencial y *online*

Áreas	Acciones formativas	Horas 2019	Alumnos 2019	Horas de alumno 2019*	Horas de alumno 2018*
Comercial	2.891	40.168	34.539	312.954	276.111
Producto, oficios y PRL	9.044	48.986	67.806	465.673	494.996
Procesos administrativos de venta e informática	1.789	15.370	22.255	173.069	355.595
Habilidades directivas y de gestión	1.228	12.464	14.379	129.692	62.268
Idiomas	956	34.290	4.480	152.819	148.891
Otros	165	6.869	1.501	32.856	38.513
<b>TOTAL (Formación presencial)</b>	<b>16.073</b>	<b>158.147</b>	<b>144.960</b>	<b>1.267.063</b>	<b>1.376.374</b>
Formación Aula Virtual	11.152	22.488	38.203	70.856	-
Formación <i>online</i>	-	-	408.783	402.794	363.937
<b>TOTAL</b>	<b>27.225</b>	<b>180.635</b>	<b>591.946</b>	<b>1.740.713</b>	<b>1.740.311</b>

\* Incluye 214.246 horas en 2019 y 127.855 horas en 2018 impartidas a personas no contratadas en el momento de la formación.

Dentro de la variada actividad llevada a cabo en el ejercicio, destaca la formación al personal de venta para el manejo de la aplicación Salesforce, herramienta que mejora la interacción con los clientes, así como la formación para el conocimiento del nuevo Sistema de Encargos de Mercancía, que mejora sustancialmente la localización de los artículos solicitados por el cliente en los establecimientos más cercanos.

Asimismo, se han impartido clases específicas sobre el conocimiento de productos y oficios, se ha dado soporte a la implantación de los diferentes módulos de SAP y se ha continuado con el plan de habilidades directivas para responsables de centros comerciales.

La participación en los cursos presenciales ha sido de 183.163 alumnos mientras que las clases *online* han sumado 408.783 personas. Por otro lado, las horas de formación impartidas presencialmente han sido un total de 1.337.919 horas frente a las 402.794 horas de los cursos *online*.

En 2019 el número total de horas de formación alcanzó las 1.740.713. Cada empleado ha participado de media en siete actividades formativas y ha recibido de media 17,8 horas de formación. Asimismo, las nuevas incorporaciones recibieron más de 214.000 horas de formación antes de entrar a formar parte de la empresa.

### Promedio de horas de formación por grupo profesional y sexo

Grupo Profesional	Nº Total horas 2019	Promedio horas Hombre 2019	Promedio horas Mujer 2019	Nº Total horas 2018
Directores y gerentes	4.348	38,3	2,9	2.998
Mandos y coordinadores	316.019	26,5	27,8	348.920
Técnicos	165.190	26,8	28,2	230.706
Profesionales	805.928	14,6	13,8	691.791
Personal base	234.982	18,8	25,5	338.039
<b>TOTAL HORAS</b>	<b>1.526.467</b>	<b>17,8 horas/empleado</b>		<b>1.612.454</b>

Además de la formación continua, los empleados tienen la posibilidad de realizar estudios universitarios que canalizamos a través de nuestro Centro de Estudios Universitarios Ramón Areces. En este ejercicio, 971 empleados accedieron a esta formación.

### Formación universitaria para empleados del Grupo 2019

Universidad	Titulaciones	Nº de alumnos
UNED	Acceso a la universidad para mayores de 25 años	125
	Grado en Derecho	171
	Grado en Administración y Dirección de Empresas	248
	Grado en Psicología	298
	Grado en Ingeniería Informática	8
	Máster en Data Science y Big Data	51
Universidad Nebrija	Máster presencial en Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Gestión de Agencias de Viajes	24
	Máster <i>online</i> en Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Gestión de Agencias de Viajes (México D.F.)	46
<b>TOTAL</b>		<b>971</b>

### EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

Los responsables de equipos realizan la evaluación del desempeño a sus colaboradores. Esto permite comprobar el grado de cumplimiento de los objetivos marcados en la valoración anterior y la evolución profesional del empleado, de tal forma que se puedan establecer medidas de mejora en el desarrollo de su carrera laboral.

Este proceso también es una herramienta de comunicación y motivación para la plantilla, propiciando un encuentro entre los profesionales y sus responsables, para conversar y poner de manifiesto su evolución, aspiraciones e inquietudes dentro del Grupo.

Un 92% de los empleados de El Corte Inglés fueron evaluados por el desempeño que tuvieron durante el ejercicio anterior.



### PLANES DE CARRERA Y PROMOCIONES

En el Grupo El Corte Inglés disponemos de planes de carrera transversales concebidos para que los profesionales puedan tener un conocimiento integral del negocio, con el fin de desarrollar sus competencias de diferentes puestos.

En este sentido, el Grupo Seguros habilitó en 2019 una aplicación para que sus profesionales puedan cumplimentar su perfil, con el fin de potenciar sinergias y ampliar su horizonte laboral en el Grupo El Corte Inglés.

Durante el ejercicio, un total de 2.199 empleados fueron promocionados en sus puestos de trabajo, siendo el 58,3% mujeres y el 41,7% hombres.

## LAS MEJORES PRÁCTICAS LABORALES<sup>7</sup>

### ORGANIZACIÓN DEL TIEMPO DE TRABAJO

El 100% de los empleados de las empresas del Grupo en España y de El Corte Inglés en Portugal están acogidos a sus respectivos convenios colectivos (representan el 97% de la plantilla total del Grupo), el mismo porcentaje que en el ejercicio anterior.

En este sentido, en 2019 tuvo lugar la firma del Convenio Colectivo Sectorial Estatal de Empresas de Mediación de Seguros Privados 2019-2022 que afecta a la empresa Centro de Seguros y Servicios (CESS).

En los convenios, de acuerdo con la actividad de cada empresa, se establece el número de horas anuales de trabajo y los parámetros para su distribución, teniendo en cuenta aspectos como la estacionalidad y los periodos de mayor o menor actividad, entre otros.

Mediante estos convenios los empleados tienen la garantía del cumplimiento de los plazos mínimos legales de preaviso para cualquier comunicación o medida organizativa que les pudiera afectar. Además, a través del sistema de organización del tiempo de trabajo, cada persona puede conocer con antelación su calendario laboral y los periodos de vacaciones establecidos.

Nuestros empleados cuentan también con mejoras adicionales a lo establecido en los respectivos convenios colectivos, como son el permiso retribuido de 2 días al año para progenitores o tutores que deben acompañar a la consulta médica a menores de 12 años; o el permiso para aquellos que tengan que acompañar a familiares de primer grado que presentan enfermedades graves o crónicas.

El tipo de actividad que realizan las empresas del Grupo obliga a que la distribución de la jornada sea irregular, por esta razón y con el fin de compensar los posibles excesos horarios que se acumulen al finalizar el año, todos los convenios establecen mecanismos especiales como tiempo libre equivalente y abono del tiempo extraordinario. También se han adoptado otras medidas como la reducción de domingos y festivos trabajados en algunas comunidades autónomas, así como la disminución de horarios ampliados.

Del mismo modo, las empresas del Grupo han suscrito un acuerdo con los cuatro sindicatos (CC.OO., FASGA, FETICO y UGT) que las representan, para cumplir el Real Decreto Ley 8/2019, de medidas urgentes de protección social y de lucha contra la precariedad laboral en la jornada de trabajo. El acuerdo establece los fundamentos para el registro del inicio y fin de la jornada de todos los empleados, al mismo tiempo que preserva las particularidades en materia de horario y distribución del tiempo de trabajo de las diferentes empresas del Grupo afectadas.

### TELETRABAJO

La evolución y mejora de los sistemas de trabajo ha llevado a algunas de las empresas del Grupo a ensayar a principios de 2020 la implantación del teletrabajo. Es el caso de Viajes El Corte Inglés, que ha impulsado que determinados equipos empiecen a teletrabajar con una periodicidad de 2 días por semana. El Corte Inglés Empresas ha creado un equipo específico para desarrollar la implantación de políticas de teletrabajo, mientras El Corte Inglés ha desarrollado con éxito el teletrabajo durante los primeros meses del ejercicio 2020.

A cierre del ejercicio 2019 se estaban estudiando las medidas para definir una política de desconexión laboral en todo el Grupo. No obstante, dada la propia dinámica de la actividad, solo una pequeña parte de la plantilla precisa de unas normas específicas a tal efecto.

<sup>7</sup> Alcance de los datos: corresponden a empleados de empresas del Grupo en España y El Corte Inglés-Grandes Armazéns (ECIGA) durante el año natural 2019.



### DIÁLOGO SOCIAL

El diálogo social con los empleados está formalizado a través de los representantes de los trabajadores en el Comité Intercentros y de las distintas organizaciones sindicales con quienes se mantiene una relación permanente. Con ellos se negocian los distintos planes y medidas que afectan a la plantilla, más allá del convenio colectivo del sector que es negociado por la patronal ANGED (Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución).

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

Durante el ejercicio se celebraron elecciones sindicales para votar a los representantes de los trabajadores en CESS, Sfera y en aquellos centros de El Corte Inglés donde no tuvieron elecciones en 2018.

El 1 de octubre de 2019 se produjo la fusión por absorción de Bricor, S.A. por parte de El Corte Inglés, S.A., lo que permitió que esta última se subrogara en calidad de empleadora de todos los trabajadores de Bricor, garantizándose la continuidad en los derechos laborales preexistentes a la sucesión empresarial.

## COMUNICACIÓN INTERNA EN EL CORTE INGLÉS

En El Corte Inglés apostamos por una comunicación cercana y transversal con nuestros profesionales, teniendo al empleado como eje central, impulsor y protagonista. Las herramientas, contenidos y canales internos desarrollados buscan dar respuesta a esta filosofía.

Contamos con NEXO portal, nuestra intranet, y su app para el móvil, como los principales canales de comunicación interna. Los usuarios únicos por mes de ambas plataformas suman más de 80.000 y la media de visitas mensuales es de más de 2 millones, por ello constituyen un mecanismo indispensable para la expresión y participación de los empleados. En 2019, tanto la plataforma como la app de NEXO se han lanzado en portugués para impulsar la comunicación interna de los empleados de El Corte Inglés-Grandes Armazéns, de forma que puedan estar informados de las noticias relevantes y de las últimas novedades que tienen lugar tanto en Portugal como en el Grupo.

Ambas plataformas, y las herramientas disponibles dentro de ellas (correo, red social interna, comunidades de Outlook, Yammer, Teams), permiten contar con una plantilla más conectada. Esto facilita el trabajo colaborativo y la transmisión de conocimientos, a la vez que sirve para impulsar iniciativas internas, dar visibilidad a los empleados y fomentar el orgullo de pertenencia a la compañía. Además, sirve como canal de difusión de las políticas corporativas y normas generales.

Asimismo, las distintas empresas del Grupo poseen canales de comunicación específicos. Por ejemplo, el Grupo Seguros cuenta con el buzón de correo “Seguros concilia”, donde los empleados pueden comunicar sugerencias y realizar consultas sobre conciliación o planes de igualdad que son tratados por una comisión particular.

Una práctica habitual dentro del Grupo El Corte Inglés es la realización periódica de encuestas de clima laboral para conocer cuál es el sentimiento de las personas que forman parte de nuestro equipo sobre temas fundamentales del entorno de trabajo, que vamos adaptando según las necesidades que se detectan.

## MODELO DE RETRIBUCIÓN

Nuestra política de remuneración tiene como eje conductor el desarrollo y los méritos profesionales, así como, la igualdad y la no discriminación. La estructura retributiva está compuesta por la retribución fija acordada mediante negociación colectiva y una retribución variable vinculada a la obtención de objetivos tanto individuales como globales.

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

El Grupo El Corte Inglés utiliza la brecha salarial como indicador de la remuneración de sus empleados para así poder analizar las diferencias salariales de sexo existentes en su plantilla. El cálculo<sup>8</sup> ha sido realizado tomando como base los sueldos medios y brechas de cada grupo profesional ponderado con el peso en plantilla que cada uno de ellos tiene sobre el total, obteniendo un resultado de 8,2%. Esto supone que la brecha se mantiene estable respecto al ejercicio anterior (8,2% en el ejercicio 2018<sup>9</sup>).

## Brecha salarial total ponderada: 8,2%

<sup>8</sup> La fórmula utilizada para el cálculo de la brecha salarial ha sido: (remuneración media hombre - remuneración media mujer) / remuneración media hombre \* 100. Comprende la remuneración fija más variable, incluyendo incentivos, bonus y gratificaciones.

<sup>9</sup> Se ha recalculado la brecha de 2018 al desagrupar las categorías de “Directivos y gerentes” y “Mandos y coordinadores”.

## Remuneración media bruta por grupo profesional

Grupo Profesional	Retrib. Media Hombres 2019 (€)	Retrib. Media Mujeres 2019 (€)	Retrib. Media 2019 (€)	Ponderación Grupo Prof. sobre total Plantilla 2019	Retrib. Media Hombres 2018 (€)	Retrib. Media Mujeres 2018 (€)	Retrib. Media 2018 (€)
Directivos y gerentes	269.920	200.209	268.070	0,1%	260.727	200.969	258.687
Mandos y coordinadores	46.604	35.586	42.659	13,7%	47.819	36.392	44.035
Técnicos	37.113	32.463	34.749	7,0%	37.872	33.525	35.618
Profesionales	21.169	19.787	20.183	67,3%	21.433	19.950	20.373
Personal base	15.258	15.640	15.503	11,9%	14.943	15.420	15.247
<b>TOTAL</b>	<b>29.116</b>	<b>21.217</b>	<b>24.055</b>	<b>100,0%</b>	<b>29.372</b>	<b>21.185</b>	<b>24.115</b>

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

Durante 2019, la remuneración media global del Grupo se ha situado en 24.055 euros brutos anuales (incluyendo tanto el componente fijo como el variable).

## Remuneración media bruta por edad

Edad	Retribución media bruta anual 2019 (€)	Retribución media bruta anual 2018 (€)
Menos de 30 años	16.251	16.247
De 30 a 50 años	22.730	22.968
Más de 50 años	30.687	31.996
<b>TOTAL</b>	<b>24.055</b>	<b>24.115</b>

Desde 2018 los empleados pueden elegir el sistema personalizado de retribución flexible (Plan+). Este plan es voluntario y los empleados pueden decidir qué parte del salario prefieren cobrar a través de productos con ventajas fiscales, como el seguro de salud, ticket restaurante, ticket transporte y guardería.

Otros beneficios sociales son el seguro de vida colectivo, las ayudas a los empleados que tienen hijos con alguna discapacidad, ofertas exclusivas en viajes y actividades de ocio y ventajas especiales de financiación.

También se conceden ayudas al estudio a hijos de empleados, tanto de Bachillerato como de Formación Profesional de grado medio y superior, y estudios universitarios. En 2019, y en línea con el ejercicio anterior, se concedieron cerca de 3.900 ayudas al estudio por un valor de 3,8 millones de euros otorgadas por la comisión mixta de las fundaciones César Rodríguez y Ramón Areces. A ello hay que añadir 765 ayudas a empleados con hijos que sufren algún tipo de discapacidad.

## DIVERSIDAD E INCLUSIÓN<sup>10</sup>



Desde sus inicios, el Grupo se ha caracterizado por ser un modelo de negocio inclusivo que facilita la integración laboral de personas en riesgo de exclusión social.

A cierre del ejercicio, se contabilizaron 1.409 empleados con algún tipo de discapacidad, un 20% más que en 2018 (1.171 profesionales). Además, dentro de los compromisos establecidos por el Grupo en esta materia mantenemos colaboraciones con 52 Centros Especiales de Empleo.

Uno de los hitos destacados es el Convenio Inserta, suscrito en 2018 por El Corte Inglés y la Fundación ONCE, que tiene como objetivo incorporar, en un periodo de cinco años, a más de 500 personas con discapacidad para que formen parte de la plantilla del Grupo. Durante el ejercicio 2019, se han contratado a 104 personas de este colectivo que han alcanzado un grado de inclusión muy positivo tanto en el ámbito social como en el económico.

Otro de los acuerdos destacados es el alcanzado con Down Coruña para favorecer la inserción sociolaboral de las personas con discapacidad intelectual del Servicio “Empleo con Apoyo”.

En Portugal, El Corte Inglés-Grandes Armazéns ha renovado el sello de entidad empleadora inclusiva. De hecho, durante los dos últimos años la compañía ha participado en más de 70 proyectos, con el objetivo de impulsar la inclusión de personas con discapacidad.

El Grupo Seguros mantiene acuerdos con centros de Formación para el Empleo que posibilitan la integración social y laboral de personas con discapacidad intelectual, externalizando la realización de algunos servicios.

Estamos adscritos a la Red de Empresas por una Sociedad Libre de Violencia de Género promovida por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, y tenemos firmados acuerdos de colaboración con:

- Cruz Roja Española. Impartimos talleres de mejora de la empleabilidad dirigidos a mujeres víctimas de violencia de género en los que profesionales de El Corte Inglés les ayudan a preparar una entrevista de trabajo y les asesoran en su imagen personal.
- Fundación Integra. Directivos de El Corte Inglés desarrollan acciones de voluntariado con el objetivo de mejorar la empleabilidad de las mujeres víctimas de violencia de género.

En esta línea, se ha elaborado un procedimiento interno para la contratación de mujeres víctimas de violencia de género con el objetivo de facilitar su acceso e inclusión en todas las empresas del Grupo. También se ha establecido un permiso retribuido de 4 días para aquellas empleadas que, estando en esta situación, deban cambiar de domicilio o tengan a su cargo hijos menores de edad o con discapacidad superior al 65%.

Del mismo modo, tenemos en cuenta otros colectivos en riesgo de exclusión social y colaboramos con Cruz Roja Española y Fundación Secretariado Gitano en el Taller

Empleando Digital; con la Asociación Trabajando en Positivo y el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social facilitándoles las instalaciones de algunos de nuestros centros comerciales para realizar campañas de sensibilización contra la discriminación por VIH. También colaboramos con la Fundación Más Humano para promover el emprendimiento de jóvenes a través de la financiación de sus proyectos; en 2019 hemos premiado y financiado el proyecto Timpers que han llevado a cabo trabajadores con discapacidad visual.

Asimismo, Sfera ha realizado donaciones de ropa en colaboración con la Fundación Quiero Trabajo. Esta asociación acompaña y prepara a mujeres para sus entrevistas de trabajo, ofreciéndoles un servicio de orientación y asesoría de imagen, así como prendas y complementos adecuados para afrontar la entrevista.

Estamos convencidos de que la diversidad cultural en nuestro equipo multiplica nuestras capacidades y competencias a la vez que nos enriquece como Grupo. Por ello, El Corte Inglés ha firmado la alianza CEO por la Diversidad, que tiene como misión unir a las empresas en torno a una visión común e innovadora de diversidad, equidad e inclusión. Este proyecto está impulsado por la Fundación Adecco y la Fundación CEOE.

El Corte Inglés-Grandes Armazéns, por su parte, firmó la Carta Portuguesa de Diversidad, y celebró en 2019 la semana de la diversidad con 2.000 empleados y ponentes externos.

Entendemos la diversidad desde varios ámbitos en los que continuamos trabajando:

- Diversidad cultural. Contamos con más de 2.615 personas en nuestra plantilla de nacionalidad distinta a la española, un 9% más que en 2018. Entre los diferentes países, destacan el continente europeo y americano al aportar el 92% de estos empleados. El 95% de la plantilla de los centros y oficinas del Grupo fuera de España son profesionales locales, lo que refuerza nuestro compromiso con el desarrollo.
- Diversidad LGTBI. El 27 de febrero de 2019, El Corte Inglés se adhirió a REDI, la red empresarial por la diversidad y la inclusión del colectivo LGTBI, con el compromiso común de fomentar un ambiente inclusivo y respetuoso en las organizaciones y valorar el talento sin importar su identidad, expresión de género y orientación sexual. Anteriormente, suscribimos un acuerdo con el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad para el proyecto europeo ADIM con el fin de seguir avanzando en gestión de la diversidad LGTBI en el sector público y privado.
- Diversidad generacional. En el Grupo El Corte Inglés conviven hasta cinco generaciones distintas. Para poner en valor esta diversidad y promover la interacción entre los distintos grupos de edades hemos puesto en marcha el proyecto “Generaciones El Corte Inglés”.

## RECONOCIMIENTOS

<b>Premio ONCE por el compromiso solidario</b>	El Corte Inglés de Pamplona recibió en mayo de 2019 el premio que la ONCE concede a entidades y personas por su compromiso solidario. Se valoró el esfuerzo sostenido en el tiempo en cuanto a la empleabilidad de personas en riesgo de exclusión y el impulso de distintos proyectos solidarios para la mejora de la calidad de vida e inclusión social de las personas.
<b>Premio Francisca de Pedraza</b>	La Asociación de Mujeres Progresistas de Alcalá de Henares (AMPAdH) reconoció con este premio la labor de El Corte Inglés en la lucha contra la violencia de género y la mejora de la empleabilidad de estas mujeres.
<b>Mención Especial Fundación Integra</b>	El Corte Inglés fue galardonado por su especial sensibilidad e implicación con el proyecto que desarrolla para la inclusión de las mujeres víctimas de violencia de género y otros colectivos desfavorecidos.

<sup>10</sup> Alcance de los datos: empleados de empresas del Grupo en España y El Corte Inglés-Grandes Armazéns (ECIGA).

## IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, CONCILIACIÓN Y CORRESPONSABILIDAD<sup>11</sup>

La igualdad de oportunidades es la base sobre la que establecemos la relación con nuestros empleados. Para garantizar este derecho fundamental, contamos con Planes de Igualdad para todas las empresas de El Corte Inglés y el Grupo de Igualdad Corporativo constituido por los responsables de los distintos Planes de Igualdad.

Todos los planes cuentan con comisiones de seguimiento formadas por representantes sindicales y empresariales y en 2019 se celebraron reuniones en todas las comisiones.

Seguimos avanzando en nuestro compromiso de incrementar de forma progresiva la presencia de mujeres en puestos de responsabilidad y nos encontramos próximos a alcanzar el objetivo fijado de que, al menos, el 50% de los nuevos puestos de mando sean ocupados por mujeres a finales de 2020 (47% en 2019). De entre las empresas del Grupo destaca Sfera, con el 85% de la estructura de mandos ocupado por mujeres. Le sigue Viajes El Corte Inglés, con el 61% de mujeres en puestos de responsabilidad.

Uno de los proyectos más destacados es “Nosotras Somos El Corte Inglés”, desarrollado con el objetivo de poner en valor a las mujeres que trabajan en el Grupo. Esta iniciativa ha servido para reforzar la filosofía recogida en las políticas y planes de igualdad, así como, mostrar la diversidad de roles profesionales y ámbitos en los que trabajan nuestras profesionales.

### Porcentaje de mujeres por grupo profesional y rango de edad

Grupo Profesional	% 2019	% 2018
Directivos y Gerentes	4,2%	4,7%
Mandos y Coordinadores	36,7%	33,9%
Técnicos	49,8%	50,9%
Profesionales	71,1%	71,2%
Personal base	64,3%	63,7%
Edad	% 2019	% 2018
Menos de 30 años	59,6%	59,0%
De 30 a 50 años	66,5%	66,5%
Más de 50 años	60,8%	60,0%

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

A través de la formación a nuestros empleados, concienciamos sobre diversos aspectos relacionados con los derechos humanos y, especialmente, con aquellos relacionados con la diversidad y la igualdad. En total, 10.187 personas han cursado este año formación en este ámbito, que se suman a las más de 90.100 que ya la habían realizado desde su lanzamiento en 2016.

Fomentamos medidas que favorezcan la conciliación, la maternidad y la lactancia materna. Para ello, en algunas empresas del Grupo se han desarrollado modelos de distribución de

jornada que se adaptan al tipo de negocio concreto. Por ejemplo, la jornada irregular que permite reducir el horario de los viernes, jornada intensiva en verano y Navidad, horario flexible de trabajo para la entrada y salida o turnos de vacaciones coincidentes con vacaciones escolares, entre otros.

Hemos elaborado un curso sobre corresponsabilidad, que se impartirá a través de Aul@ ECI para toda la plantilla del Grupo, con el objetivo de concienciar y sensibilizar sobre los beneficios que aporta la responsabilidad compartida.

### Hombres con derecho a baja por paternidad

	Hombres	Mujeres	TOTAL 2019	TOTAL 2018
% empleados con derecho a la baja de maternidad/paternidad y que lo ejercieron	90,7%	100,0%	96,5%	96,1%
Índice de reincorporación al trabajo	97,9%	68,6%	79,7%	81,0%
Índice de retención (1 año después)	87,7%	83,7%	85,0%	87,7%



<sup>11</sup> Alcance de los datos: empleados de empresas del Grupo en España y El Corte Inglés-Grandes Armazéns (ECIGA).

## UN ENTORNO DE TRABAJO SEGURO Y SALUDABLE<sup>12</sup>

Una de las prioridades de El Corte Inglés es garantizar entornos de trabajo seguros y promocionar la salud laboral para toda la plantilla.

La inversión del Grupo en iniciativas preventivas y sistemas de gestión de la seguridad y salud laboral nos sitúa en una posición ventajosa respecto a otras empresas del sector e incrementa nuestro prestigio como empleador comprometido y de calidad. En total, 32.349 empleados recibieron formación en materia de seguridad y salud ocupacional en el ejercicio 2019. Un ejemplo es la formación impartida a los Servicios de Prevención regionales sobre “Bienestar del empleado/Estrategias sanitarias ante estrés agudo en el trabajo”, participando 217 trabajadores en un total de 21 cursos.

Uno de los hitos principales de este ejercicio fue la puesta en marcha de la evaluación del bienestar en los centros comerciales, gracias a la cual podemos analizar la gestión de factores psicosociales en nuestros empleados.

Nuestro trabajo en esta materia se vio reconocido en los Premios Anuales Asepeyo, por los que El Corte Inglés recibió el galardón en la categoría de “Mejores prácticas para el control del riesgo” con su proyecto ‘Procedimiento de trabajadores especialmente sensibles’.

El Corte Inglés ha realizado 25.371 exámenes de salud entre sus empleados cuyos resultados se usaron para poner en marcha el Sistema de Prevención de Vigilancia de la Salud Laboral. Este método se centra en detectar de manera precoz y sistemática los daños provocados por el trabajo, para poder así evitar la asignación de tareas incompatibles con las condiciones de salud de la persona.

También participamos en numerosos congresos y encuentros que nos permiten estar en la vanguardia de los sistemas de prevención y salud de nuestros empleados. En este sentido, cabe destacar la participación en las Jornadas sobre gestión de factores psicosociales para directivos de Recursos Humanos en Castilla y León, las Jornadas de la Sociedad Valenciana de Medicina y Seguridad del Trabajo, las jornadas celebradas en el Instituto Cántabro de Seguridad y Salud en el Trabajo, o la participación en la International Association of Department Stores (IADS), donde se presentaron los resultados y nuevos objetivos de la intervención psicosocial de El Corte Inglés.

En 2019, realizamos, entre otras, las siguientes campañas e iniciativas:

- La promoción de la salud general a nivel nacional: Esta campaña agrupa las pruebas médicas voluntarias y específicas para el puesto de trabajo de los empleados, con 9.610 participantes este año.
- Campaña contra la Gripe 2019: Con la cual se han vacunado un total de 5.551 personas.
- Curso *online* “Cuida tu salud: El Cáncer”: Ya lo han realizado más de 19.000 personas.
- Programa “Piloto Preven”: Ha repetido convocatoria este año en los centros de Pozuelo (Madrid), Santander (Cantabria) y Elche (Comunidad Valenciana), con el fin de adoptar medidas preventivas asociadas a enfermedades venosas crónicas.
- Campaña “Ojo con tu retina”: Para detectar precozmente alteraciones de la retina en empleados asintomáticos. Este año han participado 4.682 empleados.
- Programas locales de deshabituación tabáquica.
- Campaña “Protégete y disfruta del sol”: Para realizar un diagnóstico precoz de lesiones atípicas de la piel, que este año ha contado con 191 participantes.
- El programa Prevención y control de la HTA: Para prevenir y controlar la Hipertensión Arterial.
- Campaña informativa y divulgativa junto a la Fundación Freno al Ictus: Para sensibilizar de la importancia de fomentar un estilo de vida saludable para prevenir el Ictus.

<sup>12</sup> Alcance de los datos: empleados de empresas del Grupo en España y El Corte Inglés-Grandes Armazéns (ECIGA). Los datos de tasa de absentismo y ratios de accidentabilidad corresponden a año natural por ser el periodo para el que se extraen de las herramientas informáticas del Grupo. Estos datos no incluyen los correspondientes a ECIGA y Viajes El Corte Inglés al no estar centralizados en las herramientas corporativas del Grupo.

## ABSENTISMO

El absentismo por enfermedad común y accidente no laboral originó 5.628.067 horas en el Grupo a lo largo de 2019 (5.135.000 horas en 2018).

### Distribución de la tasa de absentismo por empresa y sexo

Empresa	Hombres 2019	Mujeres 2019	TOTAL 2019	TOTAL 2018
El Corte Inglés	3,434 %	5,575 %	4,736 %	4,226 %
Supercor	3,893 %	6,842 %	5,543 %	4,796 %
Sfera	2,861 %	4,877 %	4,667 %	4,216 %
Bricor	1,633 %	2,517 %	1,942 %	3,002 %
Grupo Informática	1,004 %	2,722 %	1,523 %	1,662 %
Grupo Seguros	2,422 %	5,542 %	4,590 %	3,646 %

## ACCIDENTES LABORALES

En 2019 se registraron 1.516 casos con baja laboral frente a los 1.647 del año 2018, de los cuales 643 correspondieron a hombres y 873 a mujeres (701 en hombres y 946 en mujeres en el año 2018), lo que supuso más de 247.080 horas de absentismo en el ejercicio. En cuanto a los casos de enfermedad relacionados con el trabajo, se registraron en el ejercicio 48 casos (38 en el ejercicio 2018), originados, principalmente, como consecuencia de posturas forzadas y movimientos repetitivos, correspondiendo 19 casos a hombres y 29 a mujeres (12 hombres y 26 mujeres en el 2018).

### Desglose de ratios de accidentes laborales por empresa y sexo

Empresa	(Nº casos/horas trabajadas) *1.000.000				(Días perdidos/horas laborables) *1.000				(Nº casos/plantilla) *100			
	Frecuencia <sup>13</sup>				Gravedad <sup>14</sup>				Incidencia <sup>15</sup>			
	Hom.	Muj.	TOTAL 2019	TOTAL 2018	Hom.	Muj.	TOTAL 2019	TOTAL 2018	Hom.	Muj.	TOTAL 2019	TOTAL 2018
El Corte Inglés	14,140	12,144	12,937	13,745	0,292	0,232	0,255	0,285	1,735	1,313	1,468	1,545
Supercor	25,312	30,454	28,143	27,413	0,411	0,560	0,495	0,486	2,708	3,155	2,958	2,948
Sfera	9,562	10,526	10,423	11,580	0,127	0,158	0,155	0,201	0,978	1,029	1,024	1,154
Bricor	21,063	19,795	20,623	18,744	0,351	0,365	0,356	0,394	2,186	1,980	2,113	2,300
Grupo Informática	0,686	0,807	0,722	2,768	0,011	0,002	0,008	0,073	0,095	0,110	0,099	0,392
Grupo Seguros	-	1,669	1,147	0,615	-	0,025	0,017	0,013	-	0,183	0,128	0,065

El Corte Inglés Empresas tiene certificado su sistema de gestión de Seguridad y Salud en el trabajo, basado en la norma OHSAS 18001, con la entidad certificadora AUDELCO desde el año 2010.

<sup>13</sup> Índice de frecuencia: Accidentes con baja laboral, excluyendo los “in itinere” y “recaídas”.

<sup>14</sup> Índice de gravedad: Días perdidos por accidente con baja laboral, excluyéndose los “in itinere” y “recaídas”.

<sup>15</sup> Índice de incidencia: Número de accidentes con baja laboral de la plantilla física a 31 de diciembre de 2019.

## CADENA DE SUMINISTRO

Compartimos con nuestros proveedores un camino común de calidad, responsabilidad y transparencia.

Todos ellos suscriben nuestro Código Ético para garantizar el cumplimiento de la legislación nacional e internacional, y el respeto hacia las personas y con el medio ambiente.

Nuestro sistema de gestión de la responsabilidad social presta una especial atención a la cadena de suministro, con un seguimiento de los proveedores y fábricas con las que trabajamos. La calidad en nuestros productos debe ir acompañada por el respeto y cumplimiento de unos estándares fundamentales y solo trabajamos con aquellos proveedores que suscriben como propios nuestros valores y principios. La evaluación y formación de nuestros proveedores y fábricas nos permite avanzar hacia la mejora continua de nuestra cadena de suministro.

#### Asuntos materiales vinculados

- Derechos Humanos en la cadena de suministro
- Seguridad y salud de proveedores
- Trazabilidad y criterios de sostenibilidad en la cadena de suministro

Nuestros proveedores se adhieren a nuestro Código Ético a través de la Carta de Compromiso. Por nuestra parte, ejercemos la diligencia debida sobre la cadena de suministro de nuestra marca propia en más de 2.700 proveedores y más de 4.000 fábricas durante el ejercicio.

+ de **2.900**  
AUDITORÍAS ASG  
a fábricas en 2019

**90%**

PROVEEDORES DE *RETAIL*  
son de la UE

**60.552**

PROVEEDORES



+ de **9.500**  
millones de euros en  
VOLUMEN DE COMPRA  
EN *RETAIL*

**84%**

del volumen de compra  
de *retail* se realiza a  
PROVEEDORES  
REGISTRADOS EN  
ESPAÑA

### NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO<sup>16</sup>

#### Número de proveedores del Grupo a 29 de febrero de 2020

Líneas de negocio	España	Otros países de la UE	Terceros países	Total 2019	Total 2018	Variación respecto a 2018
Empresas de <i>Retail</i>	21.502	4.173	2.832	28.507	30.614	-6,9%
Grupo Seguros	1.335	21	5	1.361	1.315	3,5%
Grupo Informática El Corte Inglés	1.311	107	44	1.462	1.631	-10,4%
Grupo Viajes El Corte Inglés	15.902	9.804	3.516	29.222	27.184	7,5%
<b>TOTAL</b>	<b>40.050</b>	<b>14.105</b>	<b>6.397</b>	<b>60.552</b>	<b>60.744</b>	<b>-0,3%</b>

#### Volumen de compra del Grupo (millones de euros) a 29 de febrero de 2020

Líneas de negocio	España	Otros países de la UE	Terceros países	Total 2019	Total 2018	Variación respecto a 2018
Empresas de <i>Retail</i>	7.995	830	713	9.538	9.586	-0,5%
Grupo Seguros	17	0,04	0,2	17	18	-1,6%
Grupo Informática El Corte Inglés	326	46	5	377	488	-22,8%
Grupo Viajes El Corte Inglés	894	336	183	1.413	1.531	-7,7%
<b>TOTAL</b>	<b>9.232</b>	<b>1.212</b>	<b>902</b>	<b>11.346</b>	<b>11.623</b>	<b>-2,4%</b>

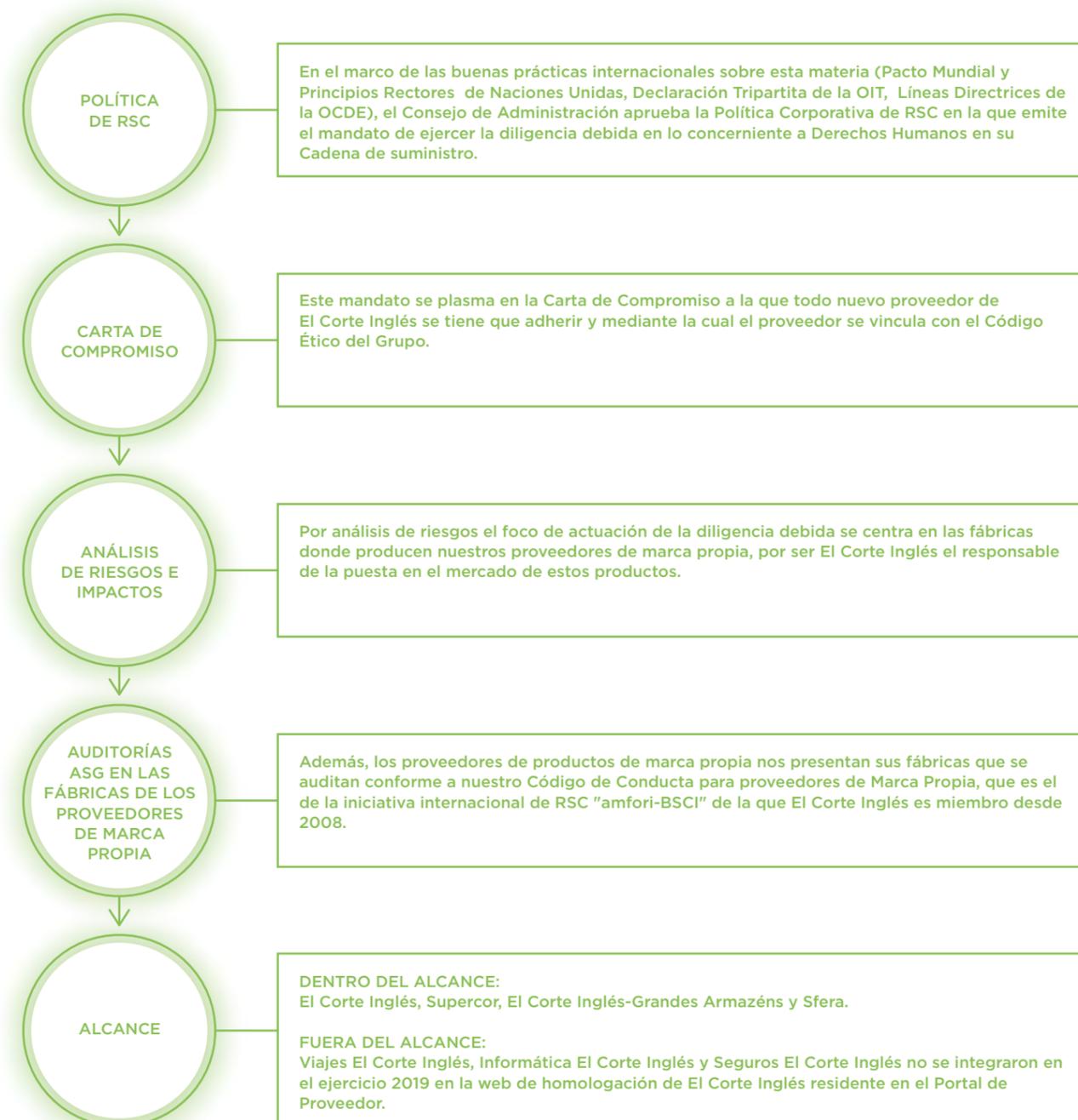
Gestionamos de forma global nuestra cadena de suministro fomentando el desarrollo local. En la actualidad, en el Grupo, el 66% de nuestros proveedores están ubicados en España y su volumen de compra representa el 81% del total. También en nuestros establecimientos de Portugal favorecemos los productos locales. En 2019, el 95% de los proveedores de El Corte Inglés-Grandes Armazéns están ubicados en Portugal mientras que el volumen de compras a proveedores locales ha sido de un 87%. Por último, a nivel de la UE la proporción de proveedores es del 89% y el volumen de compra alcanzó el 92%.

Asimismo, damos respaldo a las pequeñas y medianas empresas como parte esencial del tejido empresarial, con un 89% de PYMES entre nuestros proveedores de *Retail* España extrapolados sobre una muestra representativa

<sup>16</sup> Los datos del ejercicio 2018 de *retail* y Seguros se han recalculado para establecer la comparativa con 2019, con el fin de evitar duplicidades de proveedores comunes entre las empresas del Grupo, así como actividades intragrupo y de empresas asociadas. En el Grupo Seguros se han incorporado los datos de los agentes de seguros.

### ENFOQUE DEL SISTEMA DE GESTIÓN EN LA CADENA DE SUMINISTRO

Desde El Corte Inglés asumimos la responsabilidad de ejercer la diligencia debida en nuestra cadena de suministro y para ello contamos con un sistema de gestión que busca salvaguardar las buenas prácticas y el respeto de los derechos humanos en todos nuestros proveedores. Este sistema de gestión se articula en los siguientes pilares:



### RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN RESPONSABLE

El Sistema de Gestión se plasma fundamentalmente en dos esferas de actividad: la fase de homologación de proveedores y la fase de diligencia debida de aspectos Ambientales, Sociales y de Buen Gobierno (ASG) en los centros de producción de proveedores de marca propia.

#### HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES

Todo proveedor potencial pasa por un proceso de homologación que comienza con el análisis de su desempeño en materia de cumplimiento legal y que se amplía a un análisis de solvencia financiera en el caso de los proveedores potenciales españoles.

Una vez superado este primer filtro, requerimos el compromiso formal del proveedor con el respeto a los derechos humanos a través de su adhesión a la Carta de Compromiso (<https://www.elcorteingles.es/recursos/informacioncorporativa/doc/portal/2017/07/19/esp-nuevacartacompromiso.pdf>), mediante la cual se vincula con el Código Ético de El Corte Inglés, ambos disponibles en la web del Grupo (<https://www.elcorteingles.es/recursos/informacioncorporativa/doc/portal/2018/01/30/codigo-etico-28-11.pdf>).

En el ejercicio se homologaron conforme a criterios ambientales y sociales el 99% de los 1.780 proveedores potenciales invitados a este proceso (el ejercicio anterior fue el 94% sobre un total de 1.769 suministradores).



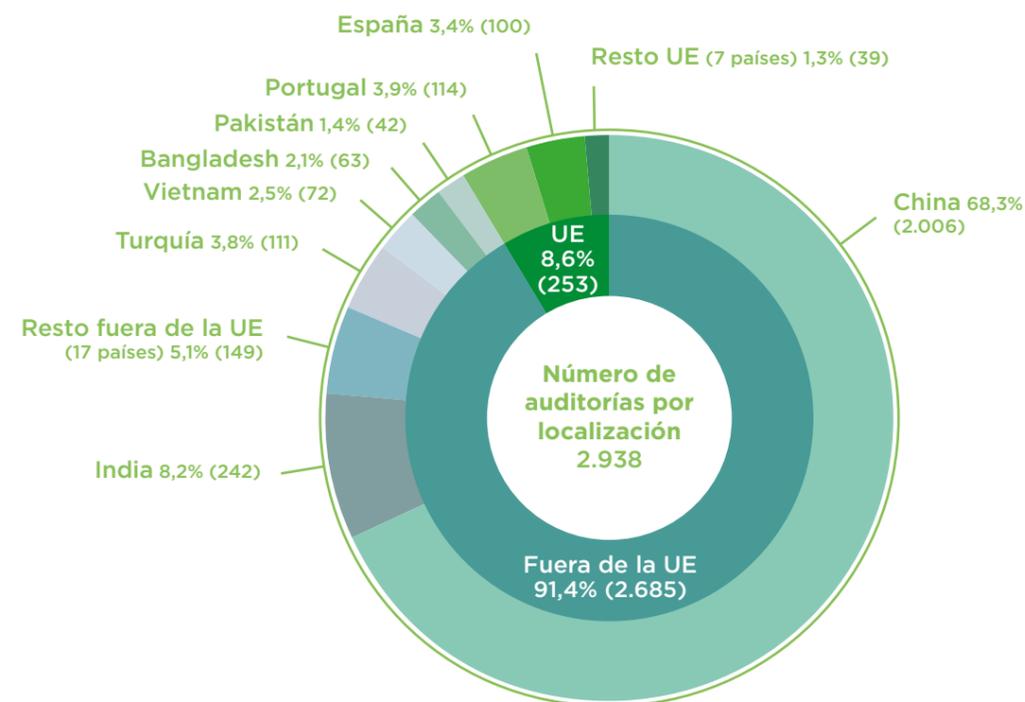
#### DILIGENCIA DEBIDA EN ASPECTOS ASG

Como parte del proceso de homologación, los proveedores de productos de marca propia, tienen que declarar la relación de fábricas de producción y aportar una auditoría o certificación ASG (Ambientales, Sociales y de Buen Gobierno) reconocida por El Corte Inglés.

Como miembros de la iniciativa internacional amfori BSCI adoptamos su Código de Conducta, de obligado cumplimiento para nuestros proveedores de marca propia (<https://www.elcorteingles.es/recursos/informacioncorporativa/doc/portal/2017/07/19/codigo-de-conducta-bsci.pdf>). Sobre esta base verificamos el respeto de buenas prácticas éticas, sociales, laborales y medioambientales en la cadena de suministro, monitorizando su desempeño.

En el ejercicio 2019, el 75% de las auditorías ASG evaluadas correspondieron al sistema amfori BSCI. El 17% pertenecieron a otros estándares o certificaciones ASG internacionales aceptados por El Corte Inglés como son SEDEX SMETA, SA8000, ICS, ICTI o WRAP.

Finalmente, el 8% de las auditorías restantes fueron auditorías ASG propias de El Corte Inglés que se basan en el Código de Conducta de El Corte Inglés/amfori BSCI, y que son realizadas tanto por auditores propios acreditados como por una empresa auditora de implantación internacional.



Al final del último trimestre del ejercicio, debido a la aparición del Coronavirus (Covid-19) se han visto afectadas las auditorías ASG en China, principalmente en la provincia de Hubei, ya que no se han podido realizar debido a las medidas de aislamiento y a la reducción de movimientos interprovinciales decretados por las autoridades chinas.

A partir de los informes de auditoría es nuestro departamento de RSC el encargado de evaluar el grado de cumplimiento de la fábrica con respecto al Código de Conducta, para lo que son clasificadas en distintas categorías.

Calificación de fábrica	% de cumplimiento de la fábrica con respecto al Código de Conducta de El Corte Inglés / amfori BSCI	Valoración de El Corte Inglés	Validez de la autorización	Distribución sobre el total de auditorías en ejercicio 2019	Distribución sobre el total de auditorías en ejercicio 2018	Comentarios
A	Del 86% al 100%	Fábrica autorizada para producciones de El Corte Inglés	2 años	5,93%	6,91%	Las auditorías con valoración autorizada han aumentado hasta el 96,01% comparándolo con el 92,98% del ejercicio 2018, lo que supone un aumento de más de 3 puntos porcentuales.
B	Del 71% al 85%		7,64%	6,98%		
C	Del 51% al 70%		1 año	82,44%	79,09%	
D	Del 30% al 50%	Fábrica rechazada para producciones de El Corte Inglés	En ciertos casos excepcionales cabe autorizarla para un periodo inferior a un año (media de 6 meses) si el proveedor de marca propia se compromete previamente a un plan de remediación	3,95%	6,69%	Las auditorías con valoración de rechazada se han reducido hasta el 3,99% comparado con el 7,02% del ejercicio 2018, supone un descenso de 3 puntos porcentuales.
E	Del 0% al 29%		-	0,04%	0,18%	
ZT	0%			-	0,15%	

Con el objetivo de optimizar la gestión de nuestra cadena de suministro y de optar por proveedores con mejor desempeño ASG hemos reducido el número de proveedores de marca propia en un 7% y el número de fábricas en casi un 5%. Esta reducción ha permitido una optimización de la gestión y selección de proveedores, y, en consecuencia, mejores resultados de las auditorías.

En este sentido, trabajamos para llegar al máximo de monitorización de las fábricas auditadas frente al total declaradas de nuestros proveedores. El número de auditorías desarrolladas en el 2019 nos ha permitido elevar en más de 2 puntos porcentuales dicho nivel de monitorización hasta el 97% de los centros de producción de nuestras marcas propias. El número absoluto de auditorías supone un descenso de un 12% en comparación con el ejercicio anterior, lo que se justifica por el proceso de optimización de nuestra cartera de proveedores y fábricas.

Mercado	Cobertura ejercicio 2019	Cobertura ejercicio 2018	Crecimiento s/AA
Terceros países	99,5%	98,5%	+1,0%
UE	83,1%	77,4%	+5,7%
<b>TOTAL</b>	<b>97,0%</b>	<b>94,8%</b>	<b>+2,2%</b>

El balance de las no conformidades en materia ASG detectadas en las auditorías amfori BSCI y auditorías propias de El Corte Inglés (83% del total de auditorías evaluadas) en 2019 arroja dos principales conclusiones:

- El progreso en la erradicación de los casos de Tolerancia Cero, es decir, aquellos relacionados con trabajo infantil, trabajo forzoso, riesgo inminente contra la salud de los trabajadores, y comportamiento no ético (incluyendo la subcontratación de producciones de marca propia en centros de producción no declarados o no autorizados).
- La necesidad de seguir avanzando en aspectos relacionados con los Sistemas de Gestión y la Jornada Laboral Digna, por ser la causa de que el 80% de nuestras auditorías autorizadas no alcancen aún los niveles de excelencia A o B en los que deseamos se sitúen todas las fábricas de nuestros proveedores evaluados.

Porcentaje (%) de No Conformidades (calificaciones E, D o ZT) por aspecto ASG auditado	Ejercicio 2019	Ejercicio 2018	Decremento (-) / incremento (+) de las No Conformidades en E'2019 vs E'2018	Indicadores GRI transversales	Indicadores GRI específicos	Convenios fundamentales OIT	Meta ODS vinculada
Resultados globales de las auditorías amfori BSCI y ECI FASP realizadas	3,99%	7,02%	-3,03%				
<b>Aspectos ASG auditados</b>							
1 Sistema de gestión y efecto cascada	71,01%	67,65%	+3,35%				8.5, 8.8
2 Implicación de trabajadores y protección	1,76%	3,16%	-1,40%				8.5, 8.8
3 Libertad de asociación y negociación colectiva	0,08%	0,26%	-0,18%			X	8.5, 8.8
4 No discriminación	0,16%	0,33%	-0,17%			X	8.5, 8.8
5 Remuneración justa	2,64%	4,62%	-1,98%				8.5, 8.8
6 Jornada laboral digna	72,85%	69,42%	+3,43%	414-1, 414-2, 412-1			8.5, 8.8
7 Seguridad y salud en el trabajo	9,88%	13,12%	-3,24%				8.5, 8.8
8 No al trabajo Infantil	0,08%	0,29%	-0,21%		408-1	X	8.5, 8.7, 8.8
9 Protección especial para jóvenes trabajadores	0,13%	0,61%	-0,48%		408-1	X	8.5, 8.8
10 No al trabajo irregular	0,26%	0,29%	-0,03%				8.5, 8.8
11 No al trabajo forzoso	0,04%	0,40%	-0,36%		409-1	X	8.5, 8.8
12 Protección al Medio Ambiente	1,01%	1,43%	-0,42%		308-1, 308-2		8.4
13 Comportamiento ético empresarial	0,31%	0,99%	-0,68%				8.5, 8.8

## RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS

Siguiendo los criterios del Pacto Mundial y los Principios Rectores sobre Empresa y Derechos Humanos de Naciones Unidas, El Corte Inglés integra el respeto de los derechos humanos en su cadena de suministro mediante tres herramientas: la formación en derechos humanos a empleados y proveedores, el canal de denuncia como radar para la detección precoz de riesgos potenciales ASG y las alianzas con grupos de interés activos en la protección de los derechos humanos.

### FORMACIÓN EN DERECHOS HUMANOS A EMPLEADOS Y PROVEEDORES

#### Formación interna

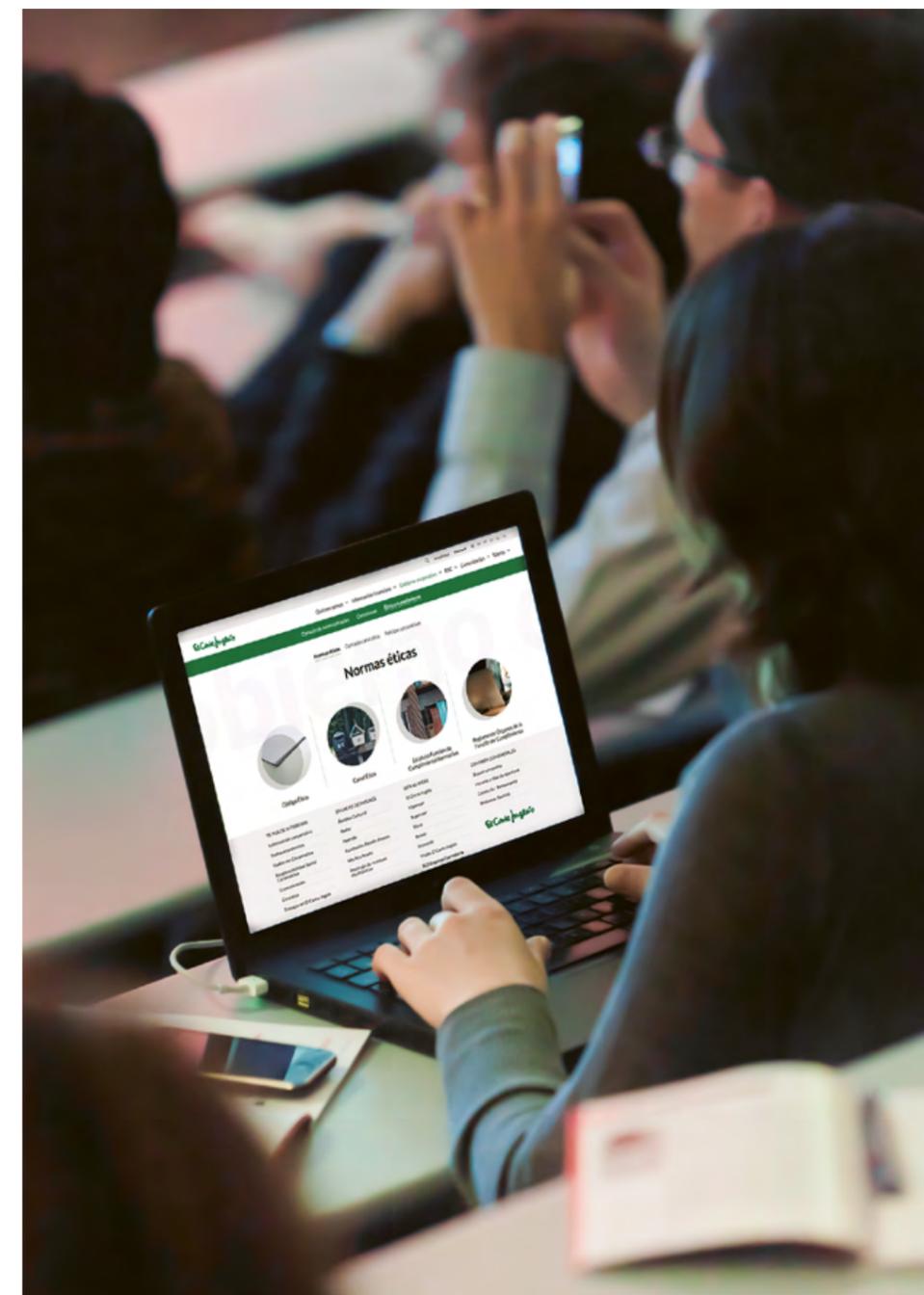
- En el primer trimestre del ejercicio 2019 se completaron las formaciones presenciales internas a compradores responsables de marca propia. En ellas se repasaba el Sistema de Gestión y se hacía hincapié en la integración del respeto de los derechos humanos como buenas prácticas de compra responsable.
- En febrero de 2020, se impartió un curso de diligencia debida y derechos humanos a los responsables de ventas de la organización del departamento de puericultura. Esta prueba piloto está prevista que se extienda al resto de departamentos de venta.

#### Formación externa

- En septiembre de 2019 se realizó en el Centro de Formación de El Corte Inglés una jornada de formación a una selección de proveedores españoles de marca propia sobre los contenidos y aplicación del convenio colectivo del textil, impartido por las asociaciones empresariales y sindicales del sector.
- De todos los proveedores que gestionamos a través de la plataforma amfori BSCI se ha formado en diligencia debida en derechos humanos y temas medioambientales al personal de 187 fábricas que pertenecen a más de 160 proveedores; presencialmente o vía *e-learning*.
- Las distintas delegaciones de compra en el extranjero forman en derechos humanos a los proveedores.
- Para el personal de seguridad contratado fomentamos la formación en derechos humanos, temática que consideramos fundamental y que le capacita a la hora de identificar y evitar conductas contrarias a los mismos y garantizar una atención adecuada a los clientes. En total, 1.220 personas de estos equipos han sido formados en esta materia a lo largo del ejercicio 2019, lo que representa el 59% de dicho colectivo.

### CANALES DE DENUNCIA

El Corte Inglés se apoya en dos mecanismos para realizar esta función: el de amfori BSCI y el Canal Ético propio. En lo que incumbe a los derechos humanos, ambos canales no son intensivos en cuanto a cantidad, pero sí en relevancia del asunto denunciado. En el ejercicio 2019 se registró en cada canal una denuncia de estas características que se han resuelto conforme al Sistema de Gestión.



## ALIANZAS CON GRUPOS DE INTERÉS

Cuando los impactos contra los derechos humanos son sistémicos en un país se deben aunar esfuerzos con otros distribuidores y con grupos de interés de referencia. En este marco se desarrolla el trabajo de El Corte Inglés con la Federación de Industria de CC.OO., que en 2019 nos llevó a realizar viajes conjuntos de supervisión de las condiciones ASG a los mercados de abastecimiento de Rumanía y Bulgaria.

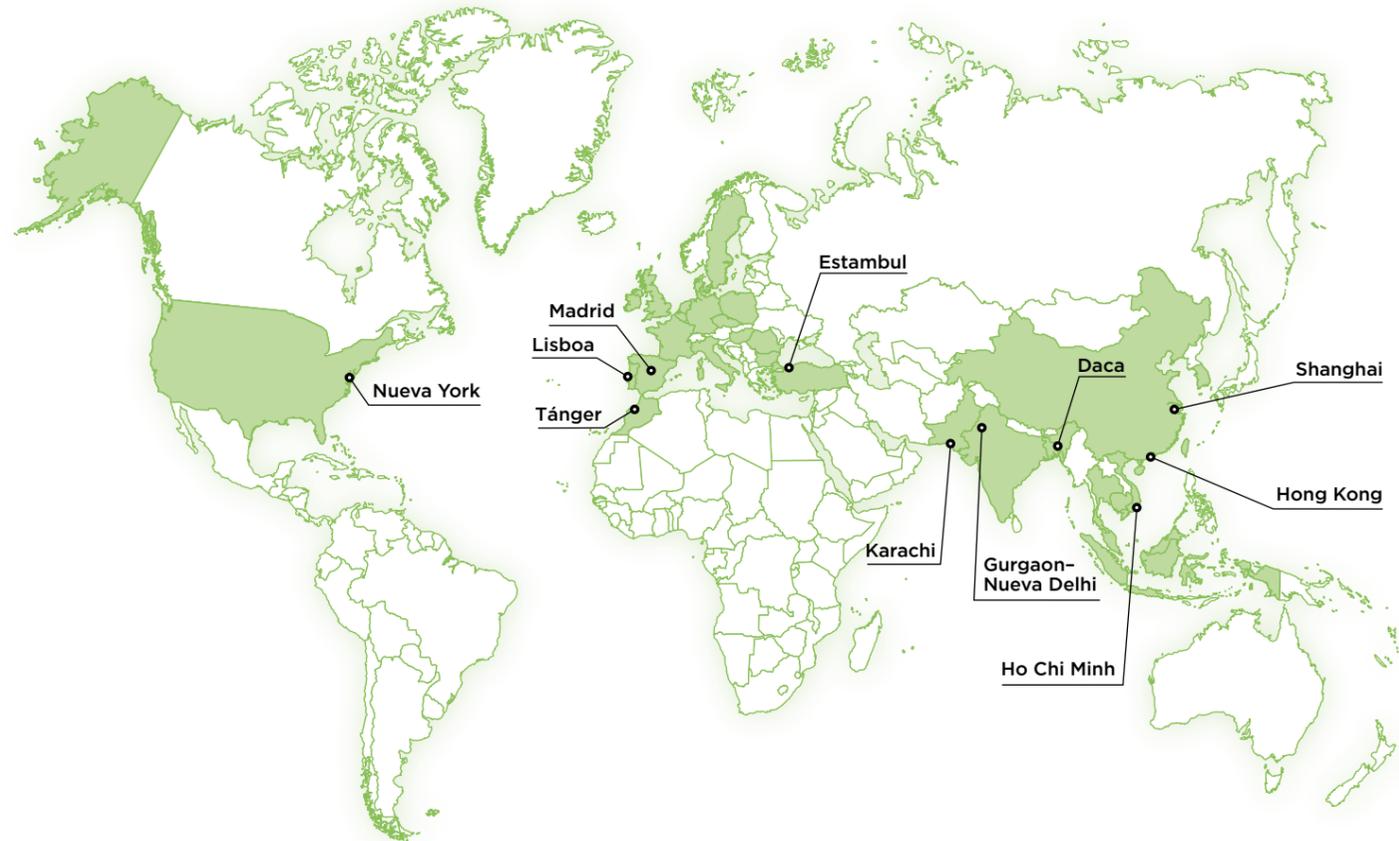
Por otro lado, progresamos en el desarrollo de las diez líneas de alianzas que se iniciaron en el ejercicio anterior.

País	Línea de acción	Objetivo	Progreso a 29 de febrero de 2020
Bangladesh	Accord on Fire & Building Safety	Programa de verificación y mejora de la Seguridad de las fábricas y de la Salud de los Trabajadores textiles de Bangladesh	El Accord sigue funcionando gracias al "Transition Accord". Se está terminando de perfilar el acuerdo con la patronal BGMEA firmado el 8 de mayo de 2019 para que sea el RSC (RMG Sustainability Council) el que gestione la continuación del acuerdo. Se prevé que esta transición finalizará en 2020.
	Convenio con UNICEF	Programas de respeto de los derechos inherentes a la maternidad y de la infancia en el sector textil	En 2019 se ha avanzado considerablemente en el proyecto, implementándose en cinco fábricas de Bangladesh en las que produce El Corte Inglés. En ellas se ha hecho un estudio de las edades de los hijos de los trabajadores de las fábricas y de la proporción de niños que están viviendo lejos de sus padres, así como de su acceso a la educación. En todas las fábricas se han puesto salas de lactancia para las madres que están autorizadas a ausentarse del puesto de trabajo para amamantar a los bebés.
India	Tamil Nadu Multistakeholder	Erradicación de la explotación de la mujer en la cadena de suministro textil	En 2019 se ha impartido formación en 34 fábricas de hilatura, empoderando a las mujeres e instruyéndolas para que sean ellas las que puedan seguir formando sucesivamente a las mujeres de su comunidad. En enero de 2020 El Corte Inglés visitó juntamente con Ethical Trading Initiative una de estas fábricas donde se comprobaron los logros del proyecto: No trabajo infantil, reducción del absentismo en el trabajo gracias a la formación en salud y seguridad a los empleados, mejora de la comunicación entre los trabajadores y los responsables, puesta en marcha de políticas y normas en los puestos de trabajo. En el marco de este proyecto se han formado a más de 29.000 mujeres trabajadoras y a casi 450 responsables.
	Industria del Calzado en Agra: Fair Labor Association	Erradicación del trabajo infantil en el sector productivo del calzado	En este año se ha conseguido que unos 200 niños de entre 6 y 12 años abandonen el trabajo doméstico y puedan acceder a una educación, que, en ausencia de convenio, no podrían financiar las familias. Estos niños reciben educación y manutención diaria en la propia escuela.
	Protocolo de Acoso Sexual	Prevención de este delito en la delegación internacional de El Corte Inglés en India	En 2019 no ha habido ninguna denuncia al Comité en India y se ha elaborado el Protocolo de Acoso en Bangladesh, que se hará efectivo a lo largo del ejercicio 2020. El primer paso será la formación en la materia a todo el personal de la oficina.

País	Línea de acción	Objetivo	Progreso a 29 de febrero de 2020
Filipinas	Trabajadoras artesanas en trabajo domiciliario: Build A Nest	Transición a la economía formal de grupos de mujeres artesanas en comunidades rurales especializadas en el "nido de abeja"	Debido a la complejidad del proyecto y a la reducción de pedidos en Filipinas no se ha podido avanzar en este proyecto en el año 2019.
Turquía	Trabajadores refugiados procedentes de Siria: United Work	Respeto a los derechos de los trabajadores refugiados en el marco de la legislación nacional turca	El Corte Inglés ha recibido una mención honorífica por parte de United Work por el trabajo realizado y por promover en su cadena de suministro el debido registro de los trabajadores conforme a la legalidad vigente. A fin del ejercicio 192 trabajadores de la cadena de suministro de El Corte Inglés obtuvieron el permiso de trabajo y 45 están en proceso de conseguirlo. El Corte Inglés redirigió 35 de sus fábricas a United Work.
Marruecos	Alianza público-privada para el desarrollo	Proyecto conjunto con la AECID (Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo) para promover la RSC en las pymes exportadoras de Marruecos	A finales de noviembre de 2019 se solicitó una prórroga de 24 meses del plazo de ejecución.
España	Foro Social de la Industria de la Moda de España	Iniciativa <i>multistakeholder</i> que busca aportar valor añadido a la industria de la moda de España mediante buenas prácticas sociales y medioambientales	Documento de consenso entre los diferentes grupos de interés para fomentar la sostenibilidad en la industria de la moda. Este acuerdo se alcanza tras la celebración de una Jornada sobre "Debida Diligencia: concepto y práctica para fomentar la sostenibilidad desde la industria de la moda española", que tuvo lugar el 25 de septiembre de 2019 en la Universidad Pontificia de Comillas ICAI-ICADE, Madrid.
	MÑ "Hecho en España" de FEDECON (Federación Española De Empresas de la Confección)	Desarrollo de un sistema para asegurar el cumplimiento ASG vinculado a la etiqueta MÑ	En el ejercicio 2019 El Corte Inglés colabora con MÑ mediante una prueba piloto cuyo objetivo es alinear el proyecto de aseguramiento ASG de MÑ a los estándares internacionales (Pacto Mundial, OIT, amfori BSCI, SA8000)

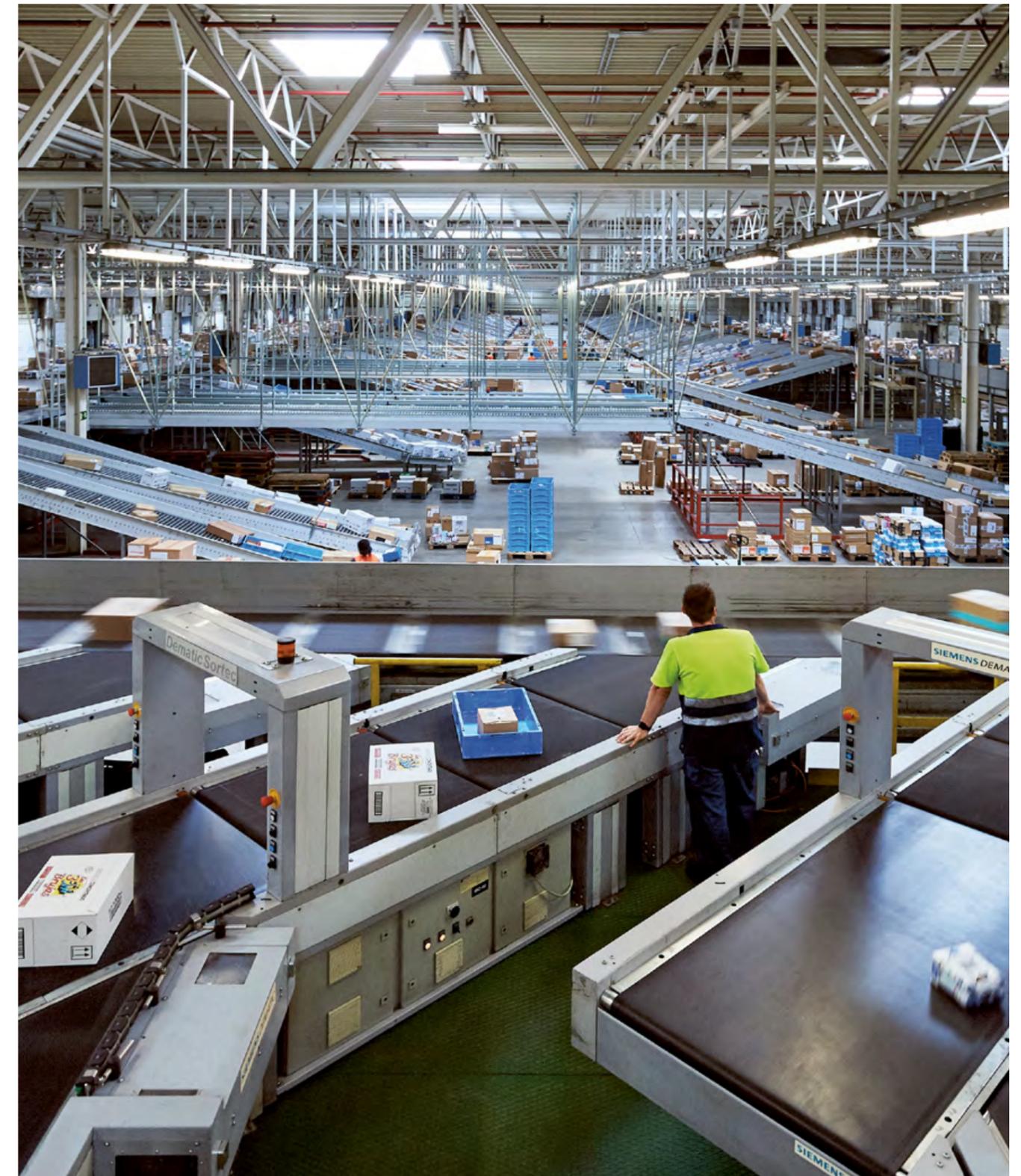
### UNA CADENA DE SUMINISTRO GLOBAL Y DIVERSIFICADA

En el ámbito *retail* el Grupo cuenta con una cadena de suministro global y diversificada, gobernada en cuanto a diligencia debida por un sistema de gestión único y transversal a todos los mercados. Para ello son clave las diversas oficinas de *sourcing* desde las que se ejerce la diligencia debida a nivel local.



■ Principales países de compra en *retail*  
● Oficinas *sourcing*

Oficinas <i>sourcing</i>	Principales países de compra en <i>Retail</i>		
Madrid (España)	Alemania	Hong Kong	Polonia
Lisboa (Portugal)	Bangladesh	Hungría	Portugal
Nueva York (EEUU)	Bélgica	India	Reino Unido
Tánger (Marruecos)	Bulgaria	Indonesia	República Checa
Estambul (Turquía)	Camboya	Irlanda	Rumanía
Hong Kong y Shanghai (China)	China	Italia	Singapur
Dacca (Bangladesh)	Corea del Sur	Luxemburgo	Suecia
Karachi (Pakistán)	Dinamarca	Malasia	Tailandia
Ho Chi Minh (Vietnam)	Estados Unidos	Marruecos	Taiwán
Gurgaon-Nueva Delhi (India)	España	Países Bajos	Turquía
	Francia	Pakistán	Vietnam





## MEDIO AMBIENTE

Caminamos con compromiso firme para cuidar el medio ambiente y avanzar en sostenibilidad.

Nuestros principales esfuerzos están centrados en la reducción del consumo de materiales, energía y agua, así como en el control de emisiones de gases de efecto invernadero y en la gestión de residuos.

## MEDIO AMBIENTE<sup>17</sup>

Mantenemos un compromiso constante por el medio ambiente y un esfuerzo continuo para mejorar aquellos impactos relacionados con nuestra actividad comercial. Este compromiso se refleja en el Plan Director de RSC 2017-2020, documento estratégico donde se establecen las líneas de acción para minimizar dichos impactos. De acuerdo con lo observado en nuestros análisis de materialidad y nuestras relaciones con los diferentes grupos de interés, nuestro mayor impacto medioambiental proviene de la generación de residuos y las emisiones de gases de efecto invernadero, derivados principalmente del consumo eléctrico y del transporte de mercancías.

Nuestras líneas de trabajo de gestión medioambiental tienen como principales objetivos:

- Valorizar, al menos, el 90% de los residuos generados en todos nuestros establecimientos de venta y plataformas logísticas, y minimizar su generación.
- Disminuir las emisiones mediante acciones de reducción de consumo energético en electricidad, combustible y logística, estableciendo adicionalmente acciones de compensación de emisiones para lograr la neutralidad en carbono.

Asuntos materiales vinculados

- Riesgos derivados del cambio climático
- Envases y embalajes sostenibles
- Logística sostenible
- Residuo Cero

<sup>17</sup> El alcance de los datos corresponde a las empresas de *retail* en España y Portugal, Informática El Corte Inglés, Grupo de Seguros y Viajes El Corte Inglés. El resto de empresas no están consideradas al no disponer de la información o tener poca relevancia respecto al total.



## ECONOMÍA CIRCULAR

El Grupo está inmerso en un proceso de transición hacia un modelo de economía circular, que prima la optimización de los recursos y la reducción de uso de materias primas. Esto encaja en nuestra alineación con la Estrategia Europea sobre Envases y con los principales compromisos internacionales que hemos asumido. En este sentido, hemos intensificado los esfuerzos en la gestión sostenible de materiales de los envases y en la implantación de la mejor solución posible en cuanto a gestión de residuos. Nuestras principales líneas de trabajo son:

Plan de envases sostenibles  
Nuestros proyectos de economía circular  
Residuo Cero  
Reducción de uso de materiales



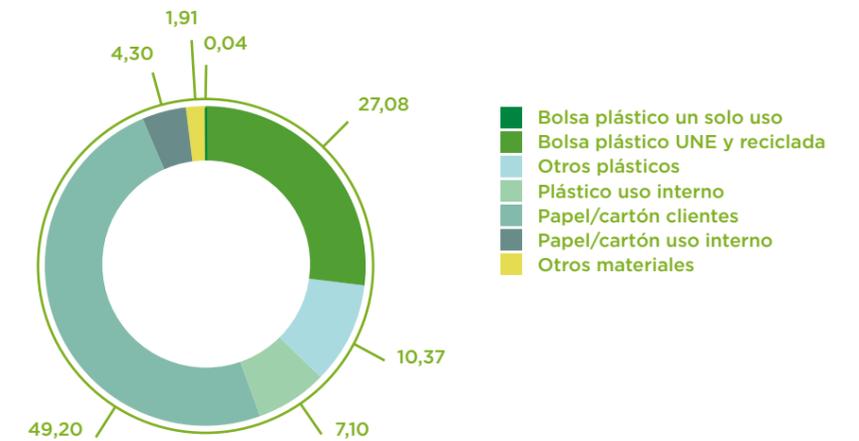
### A. PLAN DE ENVASES SOSTENIBLES

El Corte Inglés es consciente de que el consumo de materiales tiene incidencia en el agotamiento de los recursos naturales y en la contaminación asociada a su producción y transporte. Pero también es conocedora de que los envases y embalajes son necesarios, pues cumplen funciones como proteger los contenidos, evitando la contaminación o rotura de los productos y alargando su vida útil, además de facilitar su transporte y manipulación, e informar sobre las características del producto, del fabricante, de las fechas de consumo preferente o sobre otros requisitos legales.

La necesidad de uso de distintos materiales para dar respuesta a los hábitos de consumo actuales, llevan a la empresa a adoptar una política basada en la no discriminación de los materiales presentes en el mercado, si bien se trata de elegir el material óptimo para el producto concreto que va a contener, todo ello respetando siempre los principios de: Ecodiseño, Economía Circular, Control de consumos y Comunicación y sensibilización hacia nuestros empleados y clientes.

Bajo estas premisas se han abordado diversas acciones durante el último año, que dejan la actual huella de envases de la empresa según se indica en el siguiente gráfico.

### Mapa de envases (%)



El porcentaje de plástico de un solo uso supone un 10,4% del total de envases, de los cuales un 4% corresponden a film plástico, para el que por ahora no existe alternativa técnica que permita asegurar la no contaminación de los alimentos y alargar la vida de estos.

Este dato supone un avance respecto al año anterior, cuando la presencia de plástico de un solo uso era de un 11,5%. En general se han consumido un 3,3% menos de envases, respecto a 2018.

Las razones se deben, por una parte, al crecimiento de la concienciación ciudadana que procura un uso más racional de los envases, sobre todo en los de transporte. Por otro lado, el Grupo actúa Responsablemente aportando medidas y soluciones en colaboración con sus proveedores. En este sentido, estamos trabajando en diversas acciones:

### Ámbito de la alimentación

#### Acciones realizadas:

- Doble certificación de las bolsas de transporte de líneas de caja: son reutilizables (certificado UNE 15 usos) y fomentan la economía circular (sello Ángel Azul, con más de un 80% de material reciclado).
- Nueva referencia de bolsa de transporte de papel, con certificación FSC, alternativa a la de plástico.
- Cambio de todas las bolsas de plástico ligeras por bolsas de papel en áreas de frutas y verduras.
- Mejoras en materiales de envases en productos de marca propia: incremento del porcentaje de rPET en envases de zumos, aceites y gazpachos, y mejoras en el papel de los bricks de leche, batidos y zumos. Las cápsulas de café se elaboran también con material compostable.

#### Acciones iniciadas:

- Cambio de todas las bolsas de plástico ligeras por bolsas compostables para carnes, pescados, charcutería y platos preparados.
- Migración de los guantes de plástico virgen a plástico compostable, para el uso de los clientes en la sección de frutas y verduras.
- Cambio de bolsas ligeras de plástico en consigna por modelos reutilizables.

- Sustitución de las bandejas de poliestireno por bandejas de fibra compostable, celulosa o caña de azúcar, según el entorno de venta.
- Sustitución de las bandejas de poliestireno por bandejas de PET con un porcentaje de material reciclado en productos cárnicos del proveedor.
- Reducción de la oferta de fruta y verdura envasada y aumento de las opciones a granel en el entorno de La Biosfera.

#### Ámbito de no alimentación

Acciones realizadas:

- Doble certificación de las bolsas de transporte de mercancías: son reutilizables (certificado UNE 15 usos) y elaboradas con más de un 80% de material reciclado (sello Ángel Azul).
- Empaquetado de regalo con certificación PEFC o FSC.
- Circuito de recuperación de perchas.



#### Ámbito de envíos

Acciones realizadas:

- Cestas reutilizables para los envíos de Supermercado.
- En envíos Click&Express uso de cajas de cartón reciclado y bolsas de papel certificado FSC o PEFC, en sustitución del plástico.



#### Ámbito logístico

Acciones realizadas:

- Recuperación del 100% del material de envase en procesos logísticos, a partir de la aplicación del sistema de gestión Residuo Cero.
- Elaboración de una guía interna de envase sostenible para que los compradores dispongan de toda la información sobre las mejores opciones medioambientales para el envasado de los productos.

## B. NUESTROS PROYECTOS DE ECONOMÍA CIRCULAR

### moda re-

Convenio de colaboración entre El Corte Inglés y Cáritas moda re- para la recogida de textil y accesorios preconsumo (muestras y prendas no vendidas al cliente final) y postconsumo (prendas usadas que han sido depositadas por los clientes en puntos de recogida instalados en los centros), y su tratamiento para la reintroducción en el circuito textil y adaptación a diversos usos.

#### Datos 2019

Puntos de recogida en el Grupo El Corte Inglés	49
Cantidad de ropa recogida	268.071 kg
Reutilización de la ropa recogida	57%
Reconversión del textil en nuevas fibras (reciclaje)	35%
Valorización energética	8%

### EPS Sure 2017-2020

El Corte Inglés participa junto a otras empresas y asociaciones en un proyecto Life para la búsqueda de una solución técnica, ambiental y económicamente viable para las cajas de pescado de poliestireno expandido (EPS), convirtiéndolas en nuevos envases aptos para contacto alimentario.

### rECicla

Impulsa la recogida selectiva de residuos en los edificios de oficinas del Grupo El Corte Inglés.

#### Datos 2019 - Hermosilla

Envases de acero	10.350 kg
Envases de plástico	4.660 kg
Envases de vidrio	7.288 kg
Papel de oficina	254.380 kg

### Proyecto de colaboración para aumentar el porcentaje de RAEE (Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos) destinados a reutilización.

Colaboramos con el sistema de gestión de residuos Ecotic en la recogida de los RAEE generados por sus clientes para destinarlos a reutilización o reciclaje. Ambas partes hemos acordado trabajar para aumentar la cuota de reutilización de RAEE en cualquiera de las categorías.

Año base 2019 - Cuota de reutilización actual 2,5% (487.843 aparatos)
Objetivo 2020 - Cuota de reutilización 3% (584.383 aparatos)

### Think Tank de Economía Circular

Participamos junto a otras empresas de carácter privado, pertenecientes a distintos eslabones de la cadena de suministro, en diversos proyectos de economía circular con el objetivo de aunar esfuerzos y mejorar el impacto ambiental de nuestra actividad. Actualmente estamos participando en proyectos de botellas de agua de PET reciclado y en análisis sobre valorización de residuos orgánicos.



### Desperdicio alimentario

Disponemos de un plan sobre desperdicio alimentario cuyos objetivos están centrados en tres líneas principales: prevención, redistribución y concienciación.

Dentro del ámbito de la prevención, trabajamos desde el origen en aspectos que contribuyen a la mejora de los procesos internos, prestando especial atención a los sistemas de compra y aprovisionamiento, con el objetivo de optimizar y reducir los stocks. Ejemplo de ello son las herramientas que adaptan pedidos en función de la previsión de la demanda, el control y mantenimiento de la cadena de frío y la correcta manipulación de los productos en todas las fases de la cadena.

A ello hay que añadir otras acciones complementarias enfocadas a la redistribución de alimentos, especialmente a través de donaciones (ver apartado Sociedad-Compromiso Social), así como a las soluciones para valorizar este residuo, sobre todo alimentación animal o generación de biocombustibles.

Todo ello va acompañado de acciones de concienciación para evitar el desperdicio alimentario.

### C. RESIDUO CERO

En abril de 2019, El Corte Inglés se convirtió en la primera empresa española de distribución en conseguir la certificación Residuo Cero de AENOR. El primer paso fueron los centros comerciales y plataformas de Galicia, pero la medida ya se ha extendido a otras zonas geográficas, concretamente a Asturias, Castilla y León y Cantabria, a las que se irán sumando otras más. Residuo Cero significa que se ha implantado un sistema por el que todos los residuos generados, se gestionan y se valorizan, al menos en un 90%, evitando el depósito en vertedero.

Los resultados positivos alcanzados con el modelo Residuo Cero han impulsado un nuevo objetivo: conseguir esta certificación para todos los centros de El Corte Inglés en 2022, y para los establecimientos Supercor en 2025.

Actualmente disponemos de 15 centros comerciales y 5 plataformas certificadas en Residuo Cero, tal y como se recoge en el siguiente cuadro.

Región	Provincia	Centros	Certificado
Galicia	A Coruña	CC Ramón y Cajal	
		CC Marineda	
		CC Santiago de Compostela	
		Plataforma de Altamira	
	Pontevedra	CC Vigo	
Principado de Asturias	Asturias	Plataforma de Porriño	
		CC Avilés	
		CC Gijón	
		CC Salesas	
		CC Oviedo	
Castilla y León	Valladolid	Plataforma de Asturias	
		CC Zorrilla	
		CC Constitución	
		CC Monasterio	
	Burgos	Plataforma de Cobalto	
		CC Burgos	
		CC León	
	León	Plataforma de Puente Castro	
		CC Salamanca	
		CC Salamanca	
Cantabria	Cantabria	CC Bahía de Santander	



El modelo Residuo Cero nos permite minimizar el impacto ambiental relacionado con los residuos ya que supone su reorganización en fracciones, la optimización de rutas logísticas, la optimización de la carga de los vehículos y la colaboración con distintos gestores, de carácter local siempre que sea posible.

Además, el modelo Residuo Cero permite la trazabilidad total del residuo desde que se produce hasta su entrega al gestor final para su posterior valorización. Para ello se ha desarrollado una aplicación informática interna que aporta datos de todas las etapas del ciclo de vida del residuo.

Por esta circunstancia, hasta que implantemos Residuo Cero en toda la organización, se dará la información relativa a residuos de dos formas distintas:

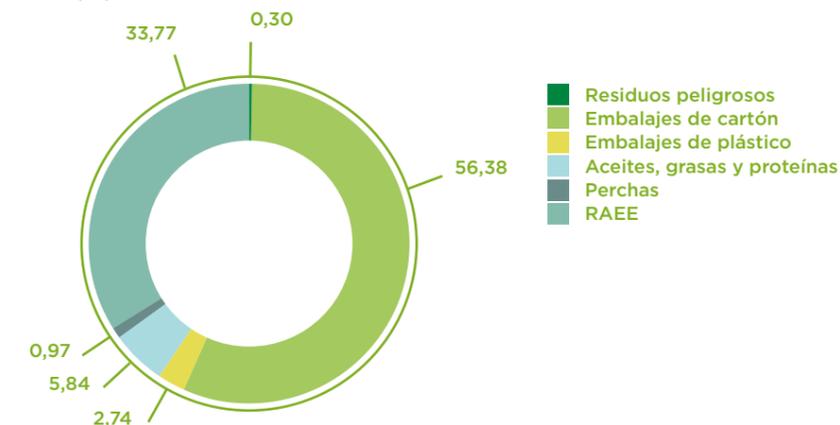
- Una general, en la que se detallarán los residuos valorizados en todas las empresas del Grupo El Corte Inglés, tal y como se ha realizado en informes anteriores.
- Otra de forma detallada, en la que se recogerá información tanto de los residuos valorizados como de los no valorizados. De momento, solo se podrá facilitar este tipo de información sobre los centros comerciales y plataformas de Galicia, pero irá aumentando según vayamos disponiendo de datos referidos a un año completo en los centros certificados Residuo Cero.

### Información general

#### Residuos destinados a valorización en 2019

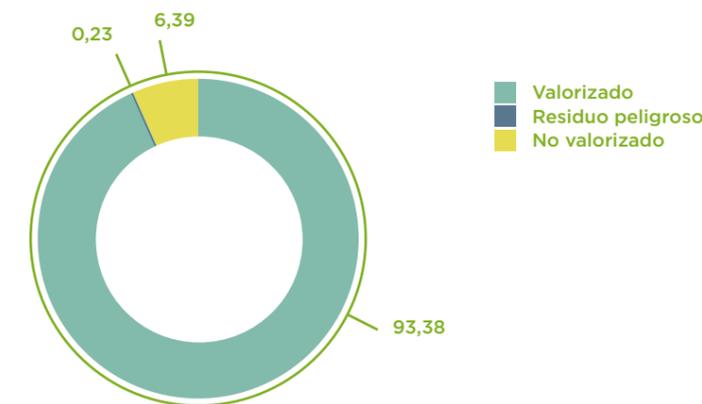
	2017 (Tm)	2018 (Tm)	2019 (Tm)	Operación de valorización
Residuos peligrosos	318	200	175	Reutilización/Eliminación controlada
Embalajes cartón	31.638	31.772	32.742	Fabricación de fibra de papel reciclada
Embalajes plástico	1.394	1.433	1.593	Fabricación de granza reciclada
Aceite, grasa y proteínas	2.311	2.584	3.392	Biodiésel
Perchas	200	571	562	Fabricación de granza reciclada
RAEE	30.552	20.336	19.612	Reutilización/Reciclaje de piezas
<b>Total</b>	<b>56.413</b>	<b>56.896</b>	<b>58.076</b>	

#### Residuos (%)



#### Información detallada

#### Residuos gestionados en Galicia 2019 (%)



Entre los residuos valorizados en 2019 en El Corte Inglés de la Comunidad Autónoma de Galicia podemos mencionar: Papel - Cartón, plástico blando, aceites y grasas, luminarias, RAEE (Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos), metales, donación alimentaria, vidrio, orgánicos ...

#### D. REDUCCIÓN DE USO DE MATERIALES

Una de nuestras principales líneas de actuación es la reducción de la cantidad de materiales que se utilizan en nuestra actividad diaria. Además de los plásticos y envases, también trabajamos para disminuir el uso de papel, cartón y otro tipo de materiales. En este sentido, destaca el proyecto iniciado en nuestras agencias de viajes para permitir la firma electrónica de los documentos, con lo que se consigue, además, mejorar la efectividad y la experiencia del cliente.

Asimismo, estamos trabajando para eliminar la documentación comercial de cada embarque marítimo a la factura de transporte.

En El Corte Inglés Empresas se han utilizado materiales reciclados para elaborar las fundas que protegen los uniformes que fabrica tanto para instituciones públicas como privadas; con ello, se consigue reducir la materia prima en los procesos de fabricación. También se han confeccionado artículos de regalo promocional elaborados con fibra de bambú, caña de azúcar, cartón natural, fibra de arroz, papel reciclado, algodón reciclado y fibra de trigo, entre otros: USB con plástico reciclado, libretas con tapas cartón reciclado, bolsa algodón y poliéster reciclado, paraguas de PET reciclado...



#### LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO

Nuestro objetivo a medio plazo es la reducción progresiva de emisiones hasta conseguir la neutralidad en carbono. Para ello, trabajamos en acciones de mitigación (por uso de fuentes renovables, reducción de consumos energéticos, acciones en el área logística, etc.), y en iniciativas de compensación para la parte que todavía no es mitigable.

#### ANÁLISIS DE RIESGOS

En 2019 hemos integrado en nuestra estrategia de gestión los riesgos vinculados con el cambio climático. Esto se ha llevado a cabo tras un análisis detallado en el que se han seguido las recomendaciones del TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures).

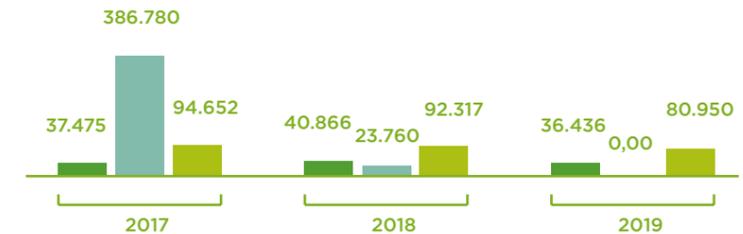
En el análisis realizado, para el cual contamos con el apoyo de una consultora externa, se evaluaron los riesgos climáticos en las cuatro categorías del TCFD a nivel corporativo y en cada una de las diferentes líneas de negocio. Este análisis será actualizado anualmente, y a raíz del mismo se establecerán acciones para la mitigación y supervisión de los riesgos identificados.

#### FUENTES RENOVABLES

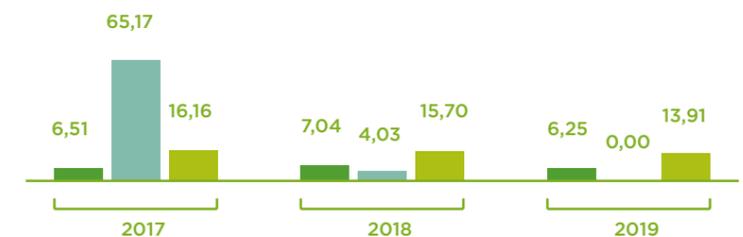
Como parte de la estrategia medioambiental del Grupo, el 100% del suministro de electricidad procede exclusivamente de fuentes de energía renovables sin emisiones de CO<sub>2</sub> con Garantía de Origen (GdO) frente al 98,5% del ejercicio anterior. Disponemos, además, de instalaciones solares fotovoltaicas de generación de energía para su vertido a la red.

#### Emisiones de gases efecto invernadero<sup>18</sup>

##### Tm CO<sub>2</sub> eq



##### Kg CO<sub>2</sub> eq/m<sup>2</sup>



- Alcance I: Emisiones derivadas del consumo directo de energía.
- Alcance II: Emisiones derivadas del consumo eléctrico.
- Alcance III: Emisiones derivadas de los desplazamientos de empleados a su lugar de trabajo, viajes de negocio y flota de vehículos subcontratada.

<sup>18</sup> El cálculo de emisiones se ha realizado multiplicando el consumo por el factor de emisión correspondiente. En el caso de combustibles y electricidad, se han utilizado los factores de Miteco, versión 12 de abril de 2019. Para las fuentes móviles y los desplazamientos realizados por los empleados (asistencia al puesto de trabajo y viajes), los factores de emisión empleados proceden de la herramienta UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting 2018, versión 1.01. Para el Scope II y III, el alcance de los datos completo.

## LOGÍSTICA

Generamos emisiones a través de vehículos propios y subcontratados a nivel nacional, y mediante diferentes transportes logísticos internacionales.

Con el fin de reducir la huella de emisiones, hemos puesto en marcha diferentes acciones:

### TRANSPORTE NACIONAL

- Ampliación de los puntos de entrega para los clientes, además de los ya existentes en los establecimientos de El Corte Inglés, Supercor y oficinas de Correos. Este tipo de reparto permite entregas conjuntas en vez de individualizadas, lo que suponen menos kilómetros recorridos, menor emisión de CO<sub>2</sub> y la disminución de entregas fallidas.
- Ampliación de las rutas de arrastre con vehículos Megatruck (tráiler de más de 25 metros de longitud y superior a las 40 toneladas). Con ello logramos que cada ruta diaria de surtido a un centro concreto se pueda realizar con 2 megatruck, ahorrando así el uso de un tráiler por ruta.
- Incorporación de vehículos eco (gas y/o eléctricos) para servicios de transporte subcontratados desde expediciones de almacenes locales o servicios postventa.
- Incorporación de transporte marítimo propulsado a gas para el 17% de la mercancía surtida desde el almacén de Valdemoro (Madrid) a los centros de Canarias.

### TRANSPORTE INTERNACIONAL

El departamento de Cadena de Suministro, conjuntamente con Central de Compras, trabaja en la mejor planificación de sus pedidos de importación con el fin de reducir los volúmenes transportados por avión y por carretera, lo que se refleja en la distribución porcentual de los metros cúbicos transportados:

- 96% marítimo
- 3% aéreo
- 1% terrestre

Si diferenciamos por modo de transporte, son muchas las medidas implantadas.

#### Marítimo

La mayor parte de nuestro volumen de importación tiene su origen en Asia, donde trabajamos con las principales navieras del mercado, las cuales, además de cumplir la normativa relativa a sostenibilidad, operan flotas energéticamente eficientes y menos contaminantes.

Muchas de las navieras y operadores logísticos que trabajan con El Corte Inglés forman parte de Clean Cargo Working Group, una iniciativa de prestigio que involucra a las principales marcas, navieras y transitarios con el objetivo de reducir el impacto medioambiental del transporte global de mercancías y promocionar un transporte responsable.

Algunos de ellos además participan en el Global Logistics Emissions Council, una colaboración liderada por la industria para establecer e implementar un marco universal y transparente que permita calcular las emisiones logísticas.

Todas nuestras navieras aplican rigurosamente el Slow Steaming, es decir, operan sus buques a una velocidad significativamente menor que su velocidad máxima. Esto se comenzó a aplicar en 2007 (se lleva a cabo a 12-18 nudos en lugar de los 20-24 habituales) con el fin de disminuir el gasto de fuel: con esta práctica es posible reducirlo en un 59%, lo que conlleva también una menor emisión de CO<sub>2</sub>.

Los operadores logísticos con los que trabajamos consolidan la mercancía en sus almacenes, para luego optimizar la carga de los contenedores en los que se transporta.

Esta optimización a la hora de llenar los contenedores permite importantes ahorros en el transporte marítimo. Por esta razón, los contenedores con consolidación previa de mercancía son aproximadamente un 34% del total importado.

La consolidación en origen permite también reducir al mínimo el transporte nacional, ya que desde los puertos de llegada se envía directamente al almacén de destino más cercano, lo que minimiza el transporte por carretera. Para los trayectos internacionales se ha desarrollado un protocolo de consolidación en origen que permite no sólo maximizar la ocupación de contenedores y reducir el flete, sino también obtener un porcentaje mayor de contenedores puros (mercancía de un único almacén de destino): el 81% de nuestros contenedores de importación son puros.

Por otro lado, en colaboración con las plataformas logísticas de El Corte Inglés, se ha implantado un protocolo de carga de contenedores para realizar el menor movimiento posible dentro del almacén.

#### Aéreo

Actualmente hacemos “consolidación en planchas” con otros clientes para optimizar espacio. Es decir, se agrupa toda la mercancía de diferentes destinatarios realizando menos trayectos, emitiendo menos CO<sub>2</sub> y consiguiendo ahorro de energía.

#### Terrestre

Intentamos optimizar lo mejor posible el transporte terrestre. En Bulgaria, por ejemplo, utilizamos Megatrailers de una capacidad de 114m<sup>3</sup> (ideal para cargas de gran volumen o con una altura de casi 3 metros).

Además, en Turquía estamos sustituyendo algunas rutas terrestres por los ferrys especializados en carga de grandes dimensiones). Se estima que la reducción de emisión de CO<sub>2</sub> se sitúa en un 33%.

Como resultado de estos esfuerzos se han reducido por estos conceptos las emisiones de gases efecto invernadero un 16,56% respecto al año anterior.



### CONSUMO Y EFICIENCIA ENERGÉTICA

Apostamos por la eficiencia energética como parte de nuestro compromiso medioambiental. La reducción del consumo de energía durante el ejercicio ha sido significativa: un 4,6% menos que el año anterior, lo que consolida la tendencia que venimos manteniendo. Este descenso significa haber disminuido el consumo en 62.239.000 kWh, equivalente al gasto de unos 19.000 hogares en un año.

En el conjunto de los últimos 5 años, el Grupo ha reducido su consumo energético en más de un 18%.

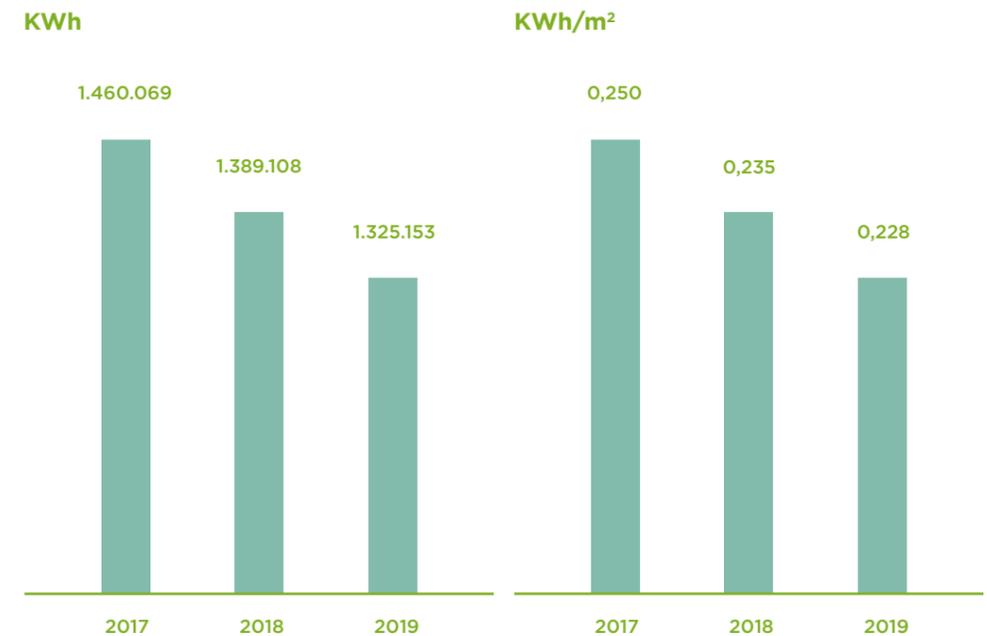
Estos resultados se han conseguido como consecuencia de diversas actuaciones, como la constitución de un Centro de Control de Consumo, encargado de monitorizar y analizar permanentemente las instalaciones e identificar posibles ahorros energéticos.

Este proyecto, que se inició a principios de 2018, permite incrementar sustancialmente el conocimiento del uso que se realiza de la energía y cuenta con más de 4.000 puntos de telemida integrados en la mayoría de los centros comerciales de El Corte Inglés. En el ejercicio 2019 se ha conseguido el objetivo de implantación en la totalidad de los centros comerciales.

Este sistema de control ha venido acompañado de auditorías energéticas en horario nocturno (que complementan las realizadas en años anteriores) y cientos de actuaciones por parte de los responsables de mantenimiento, a través de las cuales, han conseguido ahorros muy significativos. Por ejemplo, se ha reducido en más de un 20% su consumo fuera del horario de apertura.

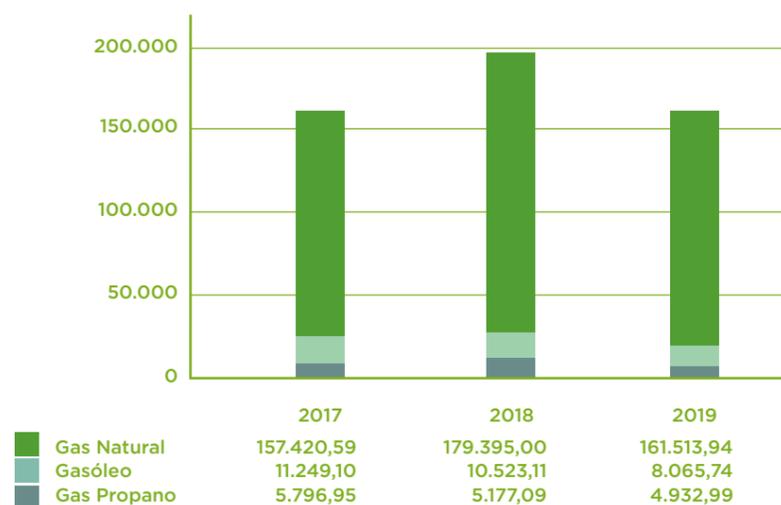
Algunas de las mejoras abordadas tras las auditorías son la distribución de circuitos de alumbrado de socorro, colocación de sensores de presencia, ajustes de apagados nocturnos e incluso en arranques y paradas de las diferentes instalaciones.

#### Consumo eléctrico del Grupo:



**Consumo de combustible:**

**MWh**



**MWh/m²**



**CONSTRUCCIÓN SOSTENIBLE**

Incorporamos criterios de sostenibilidad en todas las intervenciones que realizamos en nuestros edificios. Ejemplo de ello son las nuevas oficinas centrales del Grupo Seguros, en Madrid, que se diseñaron y desarrollaron siguiendo pautas medioambientales en su proyecto de remodelación y reforma, así como el edificio de Viajes El Corte Inglés para clientes corporativos.

Las oficinas centrales del Grupo Informática El Corte Inglés disponen también del certificado en LEED Gold. Este sello de calidad acredita que el inmueble cumple con criterios de sostenibilidad medioambiental midiendo, entre otros aspectos, la eficiencia energética del propio edificio.



Asimismo, Informática El Corte Inglés, en aras de cumplir con su objetivo de transparencia en su gestión pública, presenta desde 2018, sus emisiones de CO<sub>2</sub> en la Oficina Española del Cambio Climático, con cifras auditadas por una entidad externa.

**CONTRIBUCIÓN A LA MOVILIDAD DEL FUTURO**

Durante el último año se ha acelerado el proceso de implantación de nuevos puntos de recarga para vehículos eléctricos en los centros comerciales. Actualmente disponemos de más de 200 puntos de recarga en nuestros establecimientos, que irán aumentando a lo largo de 2020 hasta llegar a casi 300, cubriendo toda la Península Ibérica.

Asimismo, en nuestras oficinas centrales se han instalado 26 puntos, para dar servicio a la flota eléctrica de personal directivo y a las posibles visitas que dispongan de vehículos enchufables.

El aparcamiento de los servicios centrales de Informática El Corte Inglés dispone de seis puntos de recarga para vehículos eléctricos, con el objetivo de promover el uso del vehículo eléctrico entre los empleados. También está disponible para las visitas.

Cabe mencionar asimismo nuestra participación, como miembro fundador, de la Plataforma de Empresas por la Movilidad Sostenible (@PlataformaEMS), foro dedicado a impulsar la movilidad sostenible, tanto de personas como de bienes de consumo, a través de la colaboración entre sus diferentes organizaciones integrantes.

**COMPENSACIÓN DE EMISIONES**

Considerando el estado actual de la técnica, no es posible llegar al objetivo de CERO emisiones solo con acciones de mitigación. Para ello hay que trabajar en proyectos externos de reducción de emisiones o de creación de sumideros.

En este sentido, se ha actuado en las siguientes áreas:

- Compensación de la huella de los pasajeros, personal de las empresas del Grupo El Corte Inglés, que han volado en 2019 por viaje de trabajo a través del Grupo Iberia. Tras invertir en su cartera de proyectos, se han compensado 1.272 Tm CO<sub>2</sub>eq.
- Se han compensado las emisiones estimadas de un año completo de nuestros centros comerciales de Castellana y Campo de las Naciones (Madrid), 2.987,82 y 1.800,25 Tm CO<sub>2</sub>eq, respectivamente. En total, 4.787,70 Tm CO<sub>2</sub>eq a través de un proyecto de Conservación de la Amazonía en Madre de Dios en Perú.

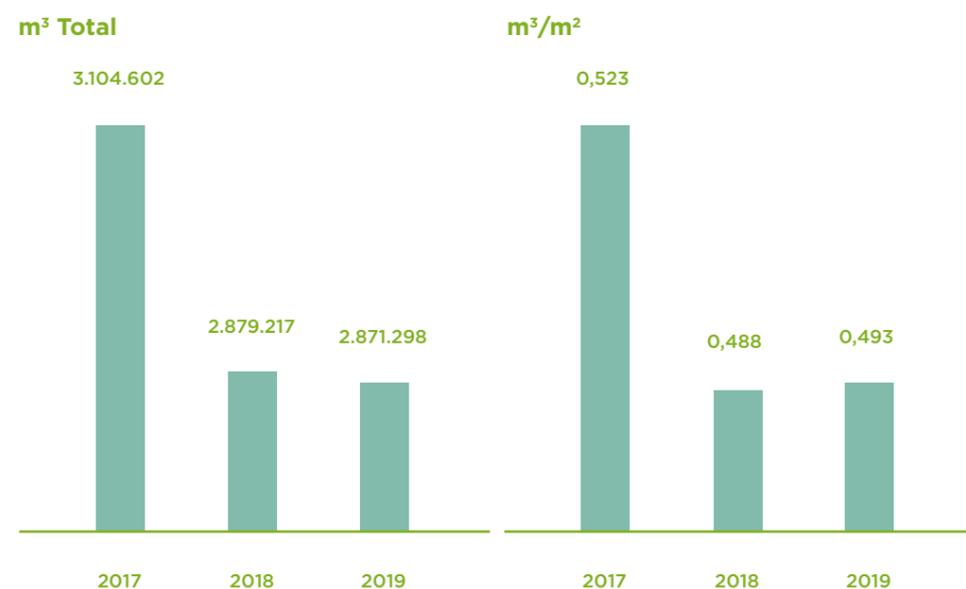
### POR UNA GESTIÓN SOSTENIBLE DEL AGUA

Gestionamos el agua con una perspectiva integral a través del Plan de Gestión Sostenible del Agua. Para ello, contamos con una política de uso eficiente, así como con un conjunto de recomendaciones que evitan su mala utilización.

Con el objetivo de minimizar su consumo, durante años se han realizado obras de aprovechamiento interno del agua de rechazo. Este elemento proviene tanto de los procesos de ósmosis, como de los lavabos de nuestros centros, siendo reintroducida en el circuito de fluxores.

Esta medida, junto con otras acometidas, ha permitido una reducción en el consumo de agua de un 0,28% con respecto al ejercicio anterior.

#### Consumo de agua:



Por otra parte, y para preservar la calidad de las aguas vertidas, hemos ampliado la red de tratamiento, a través de dos sistemas:

- Equipos de tratamiento biológico de fermentación microbiana: 88 unidades instaladas.
- Equipos de tratamiento físico de filtrado: 15 unidades instaladas.

### CERTIFICACIONES AMBIENTALES



ÁREA/ EMPRESA CERTIFICADA	TIPO CERTIFICADO	ALCANCE CERTIFICADO	ENTIDAD CERTIFICADORA
El Corte Inglés	Sistema de Trazabilidad de Gestión de Residuos <b>Residuo Cero</b>	Centros comerciales: Marineda, A Coruña, Santiago de Compostela y Vigo, en Galicia; Oviedo, Salesas, Avilés y Gijón, en Asturias. Almacenes: Altamira (A Coruña) y Porriño (Pontevedra), en Galicia; Llanera, en Asturias.	AENOR RC-2019/0001
		Centros comerciales: Monasterio, Zorrilla, Constitución (los tres en Valladolid), Burgos, León, Salamanca, en Castilla y León; Bahía de Santander, en Cantabria. Almacenes: Cobalto (Valladolid) y Puente Castro (León).	AENOR RC-2020/0004
El Corte Inglés Empresas	Sistema de Gestión Medioambiental <b>UNE-EN ISO 14001</b>	Oficinas Conde de Peñalver (Madrid) Almacén Las Canteras (Madrid)	AENOR GA-2007/0668 ES-2007/0668
Informática El Corte Inglés	Sistema de Gestión Medioambiental <b>UNE-EN ISO 14001</b>	Oficinas Mirasierra (Madrid) Almacén Granada 50 (Madrid)	AENOR GA-2003/0302 ES-2003/0302
	<b>Registro de Huella de Carbono</b>	Sede en Madrid y en todas sus áreas operativas de España	Oficina Española de Cambio Climático Ministerio para la Transición Ecológica
	<b>HdC</b>	Sede en Madrid y en todas sus áreas operativas de España	Applus+ HdC-0063/19
Investrónica	Sistema de Gestión Medioambiental <b>UNE-EN ISO 14001</b>	Almacén Granada 50 (Madrid)	AENOR GA-2003/0301 ES-2003/0301

## SOCIEDAD

Nuestro camino siempre ha estado marcado por la vinculación con las personas y el entorno.

Somos una parte activa de la sociedad desde hace ocho décadas, lo que nos convierte en mucho más que una empresa. Actuamos como un importante agente de desarrollo económico, cultural, social y medioambiental, en los lugares donde desarrollamos nuestra actividad.

Las empresas del Grupo El Corte Inglés están comprometidas con la sociedad y por ello mantienen una relación de cercanía con las personas y con el entorno. Desde nuestros orígenes estamos estrechamente vinculados con la sociedad, y participamos en numerosas actividades locales, regionales, nacionales e internacionales.

Nos mostramos comprometidos con los principios fundamentales de responsabilidad social, definiendo líneas estratégicas que nos hacen participar de forma activa en el desarrollo económico, cultural, social y medioambiental de las comunidades en las que estamos presentes.

Asuntos materiales vinculados

- Fiscalidad responsable
- Desempeño económico responsable

# 14.797

+ de **240**  
INSTITUCIONES Y ASOCIACIONES  
en las que el Grupo está presente

**297.000** euros  
APORTADOS A UNICEF  
para los derechos  
de la infancia

+ de **1** millón de kg de  
ALIMENTOS DONADOS  
desde nuestras tiendas

# 49

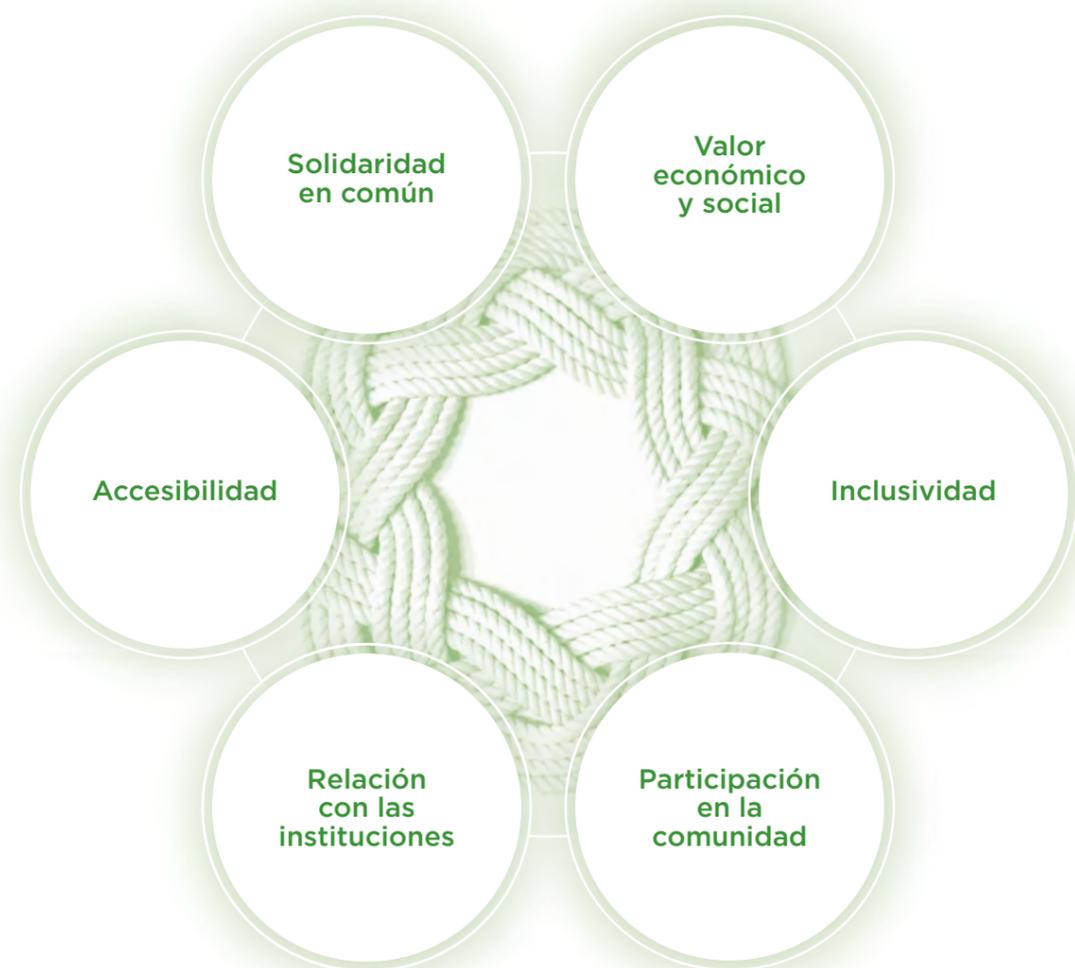
establecimientos  
SUPERCOR certificados  
en ACCESIBILIDAD

millones  
de euros de  
**VALOR  
ECONÓMICO  
DISTRIBUIDO**

# 2.043

millones de euros de  
APORTACIÓN A LAS  
ARCAS PÚBLICAS

+ de **7.300**  
actividades  
SOCIALES  
CULTURALES y  
DEPORTIVAS



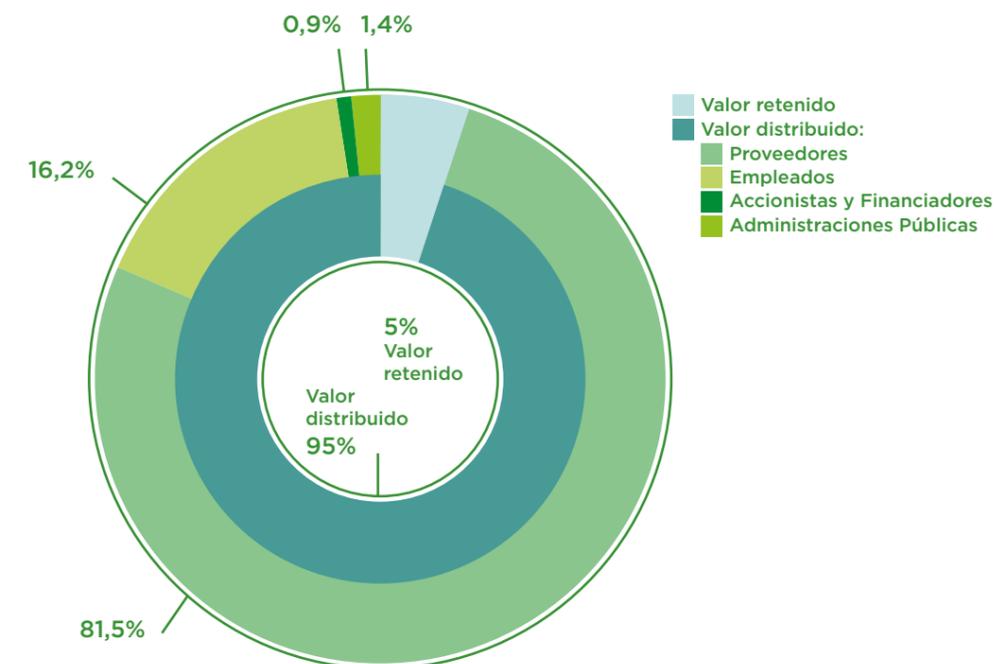
### GENERACIÓN DE VALOR ECONÓMICO Y SOCIAL

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

Asimismo, el Grupo se encuentra adherido al Código de Buenas Prácticas Tributarias, habiendo cumplido de forma adecuada el contenido del mismo. El Grupo presenta en tiempo y forma las declaraciones obligatorias de impuestos.

### VALOR ECONÓMICO GENERADO EN 2019<sup>19</sup>

En 2019, la actividad realizada por el Grupo ha generado un valor económico de 15.580,73 millones de euros (15.480,49 millones de euros en 2018), correspondiendo casi en su totalidad a los ingresos de explotación. El 95% de este importe, 14.796,60 millones de euros, es valor distribuido a la sociedad en general (14.728,24 millones de euros en 2018), mientras que el 5% restante ha sido retenido.



La actividad del Grupo ha permitido seguir contribuyendo a la mejora de la economía en los países donde estamos presentes, en especial, en España, donde se localiza el 93,7% de la plantilla y el 81,4% de las compras a proveedores. El beneficio neto consolidado se situó por encima de 310 millones de euros, un 20,1% más respecto al ejercicio anterior.

A cierre del ejercicio 2019, el beneficio antes de impuestos y de ajustes de consolidación en los diferentes países donde operamos ha ascendido a 624,80 millones de euros (497,35 millones de euros en el ejercicio 2018), de los que 574,73 millones corresponden a España (450,28 millones en 2018), 40,07 a Portugal (38,87 en 2018) y 10 millones a otros países (8,20 millones de euros en 2018).

<sup>19</sup> Calculado de acuerdo al indicador 202-1 GRI Standards. Las cifras calculadas no consideran el Grupo Informática El Corte Inglés, al ser tratada como una operación discontinuada en el Informe Financiero Consolidado.

### APORTACIÓN A LAS ARCAS PÚBLICAS

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

La **aportación a las arcas públicas** del Grupo en el ejercicio 2019 ha ascendido a 2.043,12<sup>20</sup> millones de euros (2.035,04 millones en el ejercicio 2018) repartidos del siguiente modo:

- **808,74 millones de euros** son **tributos soportados** (795,76 millones en ej. 2018), de los cuales 245,20 millones corresponden a impuestos (39,78 millones son impuestos sobre beneficios) y 563,54 millones a Seguridad Social por cuenta de las empresas del Grupo.
- **1.234,38 millones de euros** son **tributos recaudados** (1.239,27 en ej. 2018), de los cuales 847,28 millones corresponden a impuestos, 119,60 millones a Seguridad Social por cuenta de empleados y 267,50 millones a retenciones sobre los salarios de los empleados.

Desde el punto de vista geográfico, el impuesto sobre beneficios del Grupo se reparte entre España (53,3%), Portugal (30,5%), México (14,0%) y otros países (2,2%). En el ejercicio 2018 el impuesto sobre beneficios pagado se repartió en un 53% para España, 36% Portugal, 8% México y 3% otros países.

Por otra parte, el Grupo ha obtenido subvenciones y ayudas públicas por importe de 8,0 millones de euros (misma cantidad que en el ejercicio 2018), de los cuales 6,5 millones corresponden a subvenciones y 1,5 millones a ayudas por otros conceptos (7 millones y 1 millón, respectivamente, en el 2018). El 99,5% de las subvenciones públicas recibidas corresponden a España y el 0,5% a Portugal (los mismos porcentajes que en 2018).

### ACCESIBILIDAD EN NUESTROS CENTROS

Mejoramos continuamente la accesibilidad de nuestras instalaciones. Adaptamos los espacios eliminando barreras arquitectónicas e incorporamos señalización braille y en alto relieve, al igual que invertimos en la formación de nuestro personal para atender a personas con diversidad funcional.

Uno de los hechos destacados del 2019 ha sido el uso de los 'beepcons', balizas inteligentes desarrolladas por Ilunion Tecnología y Accesibilidad, que a través del teléfono móvil dan más autonomía a las personas invidentes o con discapacidad a la hora de hacer la compra. Supercor es la primera enseña de la distribución comercial que lo ha implantado. Dispone también de 49 centros accesibles con la Certificación AIS (Sistema Indicador de Accesibilidad), tras sumar 12 nuevos establecimientos certificados en el ejercicio.

Asimismo, El Corte Inglés Empresas obtuvo en 2019 el certificado de accesibilidad AIS-589-2019 conforme a la norma AIS 1/2018 en el centro de Conde de Peñalver (Madrid).

En este sentido, otro de los aspectos destacados de este ejercicio ha sido la reforma que el Grupo Seguros El Corte Inglés ha llevado a cabo en sus oficinas centrales, en Madrid, para cumplir criterios de diversidad funcional, tanto física como sensorial, logrando así que personas con algún tipo de discapacidad puedan desplazarse con comodidad, seguridad y usabilidad.

Por otro lado, nuestras opciones de compra *online* y telefónica nos permiten llegar a casi todas las personas desde cualquier lugar sin necesidad de desplazarse, siendo de gran ayuda para determinados colectivos como personas mayores o con discapacidad física.

También somos un negocio accesible en cuanto a los productos que ofrecemos. Uno de los hitos de este año ha sido la intervención del Instituto Tecnológico del Juguete (AIJU) en nuestro catálogo de juguetes, identificando así los más adecuados para pequeños con discapacidad auditiva, visual o motora. Además, diseñamos los catálogos de juguetes de El Corte Inglés e Hipercor para hacerlos inclusivos en términos de diversidad y evitar el reflejo de roles de género.



<sup>20</sup> El IVA e IGIC considerado es la liquidación neta ingresada en las arcas públicas.

## VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

Apoyamos el desarrollo de las comunidades en las que nos encontramos presentes en los ámbitos deportivo, cultural y social, con más de 7.300 actividades en el ejercicio.

Durante el año 2019 las aportaciones y recaudaciones destinadas a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro superaron los 2,2 millones de euros (3 millones en el ejercicio 2018), mientras que el importe destinado a patrocinios de iniciativas y eventos ascendió a 5,8 millones de euros.

### DEPORTE

Los valores asociados al deporte como son el respeto, la formación, la superación, la inclusividad y el trabajo en equipo comparten la filosofía que mantiene el Grupo El Corte Inglés desde sus orígenes. Apoyamos iniciativas como las carreras populares o torneos de diversa índole que visibilizan distintas causas, a la vez que fomentamos un estilo de vida saludable. Algunos ejemplos de los patrocinios de este año son el Ironman de Marbella, la Copa Cadete de Baloncesto y la prueba de ON BIKING 100k MTB 2019 de MTB de resistencia por equipos en el Circuito Islas Canarias.



En el 2019 fuimos de nuevo patrocinadores oficiales de LaLiga de fútbol profesional y las competiciones de baloncesto de ACB. Además, apoyamos el espectáculo de patinaje sobre hielo “Revolution On Ice” y las distintas Federaciones Nacionales Deportivas, como la de tenis o la de deportes de invierno, a cuyos miembros vestimos con nuestra firma Emidio Tucci y con otras marcas propias.

Este año hemos firmado el acuerdo para patrocinar el Circuito de Pádel Profesional World Padel Tour durante las próximas tres temporadas.

Del mismo modo destaca la participación de nuestros empleados en torneos deportivos solidarios como el VI Torneo Solidario Inclusion Cup en favor de las personas con discapacidad. Por su parte, El Corte Inglés Empresas, participó en la cena anual Gala Northern Spain Marriott Business Council a favor de la Fundación Alex que favorece la inclusión de las personas con Síndrome de Down a través del deporte.

El Corte Inglés organizó en junio de 2019 el festival de deporte y estilo de vida saludable Sunday Wellness Sunday, ligado al mundo del *fitness*, *yoga*, *running* y *cardio* con una participación de 900 asistentes.

Seguros El Corte Inglés proporcionó aseguramiento gratuito al riesgo de accidentes de los participantes en la VI Carrera Popular Stop Sanfilippo, realizada con el objeto de recaudar fondos para la investigación del síndrome Sanfilippo.

La Cursa El Corte Inglés es una de las carreras más populares, que cuenta con una amplia trayectoria de más de 40 años. En cada edición congrega en Barcelona a miles de participantes, habiéndose convertido en una de las principales carreras que se celebran en su categoría.

### CULTURA

La cultura es un valor esencial para El Corte Inglés y trabajamos para acercarla a los ciudadanos. Así, durante el ejercicio 2019, continuamos impulsando multitud de iniciativas relacionadas con la literatura, el teatro, la música, el arte, la historia, el cine, la fotografía o la danza.

Uno de los proyectos más relevantes de 2019 ha sido “Vestir el Prado”, con motivo del bicentenario del Museo. El Corte Inglés ha vestido las fachadas del edificio madrileño con obras maestras de la pinacoteca. Así, El Museo del Prado se ha mostrado a la calle con una nueva imagen durante la celebración de su aniversario. En el marco de este acuerdo por el bicentenario, El Corte Inglés ha producido el cortometraje ‘Arte y Moda’, una pieza audiovisual en la que expertos de ambas entidades analizan la influencia de la moda en el arte frente a cuatro obras representativas del Museo del Prado y representativas del proyecto.

Asimismo, hemos reforzado nuestra colaboración con otras instituciones como el Teatro Real de Madrid, el Museo de Bellas Artes de Bilbao, el Museu d’Art Modern i Contemporani Es Baluard de Palma de Mallorca, la Academia de Bellas Artes de San Carlos en Valencia, entre otros.



Otra de las iniciativas que ha tenido especial relevancia ha sido la exposición de la obra digital “Scroll” en los escaparates de El Corte Inglés de Preciados y de Serrano, en Madrid. La creación del artista Daniel Canogar está realizada a partir de algoritmos tomados de la web de El Corte Inglés hasta convertirlos en un flujo de imágenes abstractas. El proyecto se desarrolla en el marco de las actividades de ARCOMadrid 2020. Ámbito Cultural de El Corte Inglés, coincidiendo con la Feria Internacional de Arte Contemporáneo, inició, hace más de 15 años, un programa de intervenciones artísticas que cuenta con la colaboración del Ministerio de Cultura y Deporte, Ayuntamiento de Madrid y Comunidad de Madrid.

#### Salas de Ámbito Cultural

- 2.312 actividades
- 23 Salas
- 140.106 participantes
- Programación casi diaria
- Algunas de las actividades organizadas: #LunesDeLírica, “Premio Nacional de Poesía Viva”, 23ª ed. Premio Primavera de Novela y homenaje al Hotel Florida

Dentro de las actividades de Ámbito Cultural, El Corte Inglés-Grandes Armazéns organizó un total de 334 eventos culturales que suscitaron un total de 38.000 visitas en el ejercicio, incluyendo personalidades de referencia y líderes de opinión. Las salas habilitadas para la celebración de este tipo de eventos son dos en Lisboa y un espacio en Oporto.

#### Actividades Infantiles Pitiflú

- 2.184 actividades
- 222 charlas
- 53 centros
- 87.343 personas
- Algunas de las actividades organizadas: talleres creativos, talleres de ciencias y talleres con materiales sostenibles, cuentacuentos y actividades de fomento de la lectura, títeres, espectáculos de magia, teatro infantil, Charlas Baby News y conciertos para toda la familia

En 2019 ha destacado el patrocinio de una de las citas musicales más importantes de Europa, los MTV EMA y la MTV Music Week, celebrados en Sevilla.

Con motivo de la Exposición Urbana “Meninas Madrid Gallery”, cuatro de las meninas diseñadas han sido patrocinadas por El Corte Inglés y dos de ellas han sido creadas por nuestros empleados, cuyas ideas resultaron ganadoras del concurso interno que organizamos. Como todos los años, el dinero que recaudamos de la subasta de las meninas se destinó a proyectos de acción social, en esta ocasión las beneficiarias han sido la Fundación Aladina y la Fundación Lukas.

En el ámbito de la cultura digital, destaca nuestra webserie para Instagram “Pipol in Da House”, que recibió el Premio Plata a la Eficacia del Festival Inspirational. Este galardón reconoce la calidad y la excelencia digital a la vez que destaca aquellos proyectos que suponen inspiración y nuevos caminos para la industria *online*.

<b>Música</b>	MTV EMA, Gira de Alejandro Sanz en España, Musicales Love the 90's y Love the Tuenti's...
<b>Fotografía</b>	PhotoEspaña
<b>Arte</b>	“Meninas Madrid Gallery”, ARCO, “Arte y Moda en el Prado”...
<b>Audiovisual</b>	Webserie Pipol in Da House, retransmisión de programas de radio desde escaparates en colaboración con Onda, flashmobs en centros comerciales, corto Arte y Moda en el Prado...
<b>Literatura</b>	Día Mundial de la Poesía, certamen “Un año de libros”, #LunesDeLírica, Premio Nacional de Poesía Viva, Premio Primavera de Novela, actividades fomento de la lectura...
<b>Tradiciones</b>	Carnaval de Santa Cruz de Tenerife, la Feria de Málaga, etc.



## COMPROMISO SOCIAL

En los últimos años, el Grupo ha centrado sus esfuerzos en establecer alianzas duraderas en el tiempo con distintas fundaciones y asociaciones de utilidad pública, con el objetivo de poner en marcha proyectos con un impacto medible y un claro retorno social.

---

Compromiso social: 293 iniciativas

---

Fruto de la colaboración con nuestros grupos de interés, incluidos nuestros empleados, es el establecimiento de tres líneas fundamentales de acción:

- Infancia y Juventud
- Salud y Bienestar
- Contribución social y aprovechamiento alimentario

## INFANCIA Y JUVENTUD

Por medio de la alianza estratégica sellada con UNICEF en 2017, nos convertimos en la primera gran empresa española de distribución comprometida con la protección de los derechos de la infancia a través de nuestras políticas y actividades empresariales. A lo largo de 2019 se han programado acciones de recaudación y de concienciación con clientes, empleados y público en general con la intención de que se sumen a nuestro compromiso.

Dentro de este acuerdo con UNICEF, en 2019 hemos aportado un total de 296.598€, procedentes de acciones como la venta de las tarjetas solidarias de 1€, 3€ y 5€ en las líneas de caja de nuestras enseñas de alimentación, la campaña “Juguetes Solidarios” dentro de nuestro catálogo de juguetes de Navidad o la acción “Vuelta al Cole”, entre otras.

También El Corte Inglés-Grandes Armazéns firmó la renovación del acuerdo con UNICEF además de apoyar otros proyectos sociales a través de unas 50 entidades. En este sentido se han organizado campañas de sensibilización, de recaudación de fondos y también acciones de divulgación en las salas de Ámbito Cultural.

Por su parte, Viajes El Corte Inglés ha convocado una nueva edición de “Una Sonrisa por Navidad” a favor de colectivos infantiles en situación de vulnerabilidad. Por otro lado, Informática El Corte Inglés colabora con la Fundació BCN FP que apoya la formación de jóvenes en riesgo de exclusión.

El Grupo Seguros convocó su Rifa solidaria a favor de la Fundación Exit, que tiene como finalidad reducir el abandono educativo temprano de jóvenes en riesgo de exclusión social. Asimismo, realizó jornadas de voluntariado corporativo con el desarrollo de actividades de ocio extra hospitalario y yincanas terapéuticas en los centros comerciales de Goya y Preciados (Madrid). Niños en tratamiento oncológico pudieron trabajar de forma lúdica, la orientación, las habilidades sociales y la motricidad.

Desde El Corte Inglés Empresas nos convertimos en Patronos de la Fundación Port Aventura. Ésta tiene como objetivo fomentar la recuperación de niños y jóvenes con enfermedades graves, de tal forma que puedan disfrutar, en compañía de sus familias, de una estancia gratuita de 6 días llena de emociones y aventuras en el parque de ocio Port Aventura.

## SALUD Y BIENESTAR

El segundo eje de nuestra estrategia de acción social está guiado por el Objetivo de Desarrollo Sostenible nº 3 “Salud y Bienestar”. Nuestra propuesta promueve un estilo de vida saludable y el bienestar de todas las personas, empezando por clientes y empleados. Esta filosofía se manifiesta a través de la colaboración con diferentes iniciativas.

Hemos reforzado nuestra estrecha colaboración con la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC), a través de la financiación de proyectos centrados en la prevención y la lucha contra el cáncer de mama. Durante el mes de octubre, movilizamos un año más a nuestros empleados, clientes y a la sociedad en general con la campaña #ECISEVistedeRosa, a través de acciones especiales, venta de producto solidario, la iluminación de las fachadas de los centros comerciales, etc. Por tercer año consecutivo, El Corte Inglés patrocinó el concierto Cadena 100 Por Ellas a beneficio de la AECC.

Además, estamos comprometidos con el apoyo a la oncología infantil a través de la colaboración en proyectos con distintas fundaciones como la Fundación Aladina (con su campaña de Lego ‘Build to Give’), la Fundación Unoentrecienmil, ASION (Asociación Infantil Oncológica de la Comunidad de Madrid) y El Sueño de Vicky.

Viajes el Corte Inglés, por su parte, impulsó su propia iniciativa contra el cáncer al donar 1€ por cada viaje que se reservó de productos Disney y cruceros, del día 10 al 20 de octubre de 2019. Además, un grupo de empleados ha dedicado 2 horas a la semana de su tiempo libre a jugar con niños ingresados en la unidad Oncológica del Hospital Niño Jesús en Madrid, en el marco de la alianza firmada con la Fundación Aladina.



El Corte Inglés Empresas ha seguido fomentando la salud y el bienestar con la participación en congresos sobre humanización de la asistencia sanitaria (Renueva Sanidad), colaboración con fundaciones centradas en mejorar el entorno sociosanitario de los pacientes y sus familiares (Fundación Humans) y el diseño y ejecución de salas especiales en hospitales para que los familiares de niños ingresados puedan estar más cerca de los pacientes y que esto contribuya a una recuperación más rápida.

En El Corte Inglés apoyamos la lucha contra otro tipo de enfermedades, en 2019 los supermercados El Corte Inglés, Hipercor, Supercor y Supercor Exprés de Madrid donaron el 5% de la venta de manzanas para recaudar fondos que ayudan a combatir la esclerosis múltiple.

### CONTRIBUCIÓN SOCIAL Y APROVECHAMIENTO ALIMENTARIO

También trabajamos en diversas acciones para contribuir al ODS número 2, “Hambre cero”, tanto a escala local como nacional. Esto se realiza mediante las colaboraciones con el Banco de Alimentos desde hace más de 10 años. Esta colaboración se articula mediante dos vías: a través de las diversas “operaciones kilo” que realizamos junto a nuestros empleados y clientes, y a través de las donaciones directas de alimentos que se realizan desde nuestros centros comerciales (productos que por razones comerciales no se pueden poner a la venta pero que son perfectamente aptos para el consumo). Ello contribuye también a nuestro proyecto de Economía Circular (ver apartado Medio Ambiente).



Destaca la Gran Recogida realizada en el mes de noviembre, para la cual El Corte Inglés puso a disposición de los clientes más de 6.000 bolsas reutilizables especialmente diseñadas para la ocasión; la cantidad total recogida ascendió a 844.441 kg de alimentos en toda España. Además de la aportación que durante esos días realizaron empleados y clientes, el Grupo El Corte Inglés colabora con Banco de Alimentos donando en productos de marca propia el 10% del total recogido.

La segunda vía de colaboración con los Bancos de Alimentos se centra en el programa de donaciones directas desde los centros que, además, evita el desperdicio alimentario; en el año 2019 hemos entregado un total de 1.038.320 kg de alimentos.

De igual modo, la Fundación Altius ha recogido para su comedor social, los excedentes de los platos preparados de nuestros centros de la Comunidad de Madrid, alcanzando un total de 10.970 kg.

En cuanto a sensibilización y concienciación social, en 2019, hemos contribuido a través de la participación en diversas iniciativas como “La segunda semana contra el desperdicio alimentario”, celebrada a nivel nacional y coordinada por AECOC. De esta forma, hemos ofrecido soluciones para mejorar la manipulación y el aprovechamiento de los alimentos en los hogares, promoviendo el consumo responsable. Durante esa semana, organizamos una serie de iniciativas para fomentar buenas prácticas; por ejemplo, un taller de cocina con prestigiosos cocineros en la sala de Ámbito Cultural de Callao (Madrid), donde mostraron cómo aprovechar mejor los alimentos con imaginación. Asimismo, colaboramos con AECOC en el 7º Punto de Encuentro Contra el Desperdicio Alimentario patrocinando la ponencia “Experiencias educativas contra el desperdicio alimentario”.

Asimismo, hemos apoyado, una vez más, la 7ª edición de la Soul Food Nights a beneficio de Acción Contra el Hambre. Por cada cubierto de esta cena benéfica, El Corte Inglés Empresas ayudó a esta ONG con sus programas de inserción sociolaboral en España.

## PARTICIPACIÓN ACTIVA EN ORGANIZACIONES E INSTITUCIONES

Nuestra vinculación con la sociedad se refleja también a través de las numerosas asociaciones e instituciones en las que están presentes las diferentes empresas del Grupo El Corte Inglés. En total, más de 240 entidades, que abarcan desde las instituciones nacionales de representación empresarial más relevantes como las Cámaras de Comercio y la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), hasta otras de carácter sectorial como la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED), la Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados (ACES) o la Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME). Otras Instituciones en las que tenemos presencia son el Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA), la Asociación de Empresas Suministradoras del Estado Español (AESMIDE) y la Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC). En Portugal, la principal fundación es *Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição* y a nivel internacional destaca la *International Association of Department Stores* (IADS), entre otras.

Dentro del ámbito de la RSC, estamos comprometidos con el Desarrollo Sostenible a través de una activa participación en foros e iniciativas tanto empresariales como *multistakeholders*. De este modo, trabajamos con los *clústers* de Cambio Climático e Innovación Social de Forética, el Foro Social de la Industria de la Moda de España, el Comité de Sostenibilidad de AECOC o el Foro de Empresas por la Movilidad Sostenible entre otros.

## APOYO SOCIAL

El compromiso del Grupo El Corte Inglés durante la crisis del coronavirus ha sido de firme apoyo a la sociedad española en su conjunto. Aunque la alerta sanitaria ha tenido lugar ya en el ejercicio 2020, queremos dejar constancia en este Informe de las principales líneas de ayuda que hemos llevado a cabo para minimizar el impacto de la pandemia en la sociedad.

- 1. RECURSOS A DISPOSICIÓN DE INSTITUCIONES PÚBLICAS:**  
Talleres de fabricación de mascarillas sanitarias, Ayre Gran Hotel Colón como hospital temporal...
- 2. DONACIÓN DE MATERIAL PRIORITARIO:**  
Donación de mascarillas para personal sanitario, ropa de cama para diversos hospitales, material de higiene personal para distintos centros sociales, donación de tablets para las UCI de Hospitales en colaboración con la Fundación Ramón Areces.
- 3. APOYO A PERSONAS CON MENOS RECURSOS:**  
Tarjetas regalo canjeables por alimentos para familias sin recursos, donación de productos de alimentación para personas en situación de vulnerabilidad, colaboración con diversas entidades como Bancos de Alimentos, Cáritas, Cruz Roja, Fundación ONCE, UNICEF y Fundación Integra en diversas acciones.
- 4. SERVICIOS ESPECIALES Y DE COMPRA PREFERENTE:**  
Cajas prioritarias para mayores de 65 años, servicio de compra prioritario para el personal sanitario, refuerzo de las líneas *online* y telefónicas para pedidos de alimentación y bienes de primera necesidad.

Además de estos cuatro grandes ejes, hemos extendido nuestra ayuda a prácticamente todo el territorio nacional respondiendo así a las necesidades requeridas por hospitales, residencias de mayores, corporaciones locales, ONG, policías locales y colectivos vulnerables.



## COMENTARIOS POR LÍNEAS DE NEGOCIO

La diversificación y la innovación son la senda para fortalecer nuestra marca.

La satisfacción del cliente es el eje de nuestro negocio: una variada oferta comercial y de servicios que se adaptan a los distintos gustos, intereses y posibilidades económicas.

Cada una de nuestras líneas de negocio aumenta el valor y el crecimiento de la confianza en nuestra marca.

## COMENTARIOS POR LÍNEAS DE NEGOCIO

El Grupo El Corte Inglés mantiene desde sus inicios una política de servicio al cliente y un constante interés por adecuarse a los gustos y necesidades que demanda la sociedad. Esto ha llevado a la compañía a crear diferentes formatos comerciales, desde los grandes almacenes El Corte Inglés, hasta los supermercados Supercor, la cadena de moda y complementos Sfera, las agencias de Viajes El Corte Inglés, Informática El Corte Inglés y el Grupo de Seguros, principalmente.



## PRINCIPALES CIFRAS ECONÓMICAS GRUPO EL CORTE INGLÉS 2019

A lo largo del ejercicio 2019 (cerrado el 29 de febrero de 2020), el Grupo ha alcanzado una cifra de negocios consolidada de 15.260,8 millones de euros, que se traduce en un incremento del 1,2% con respecto al ejercicio anterior. El beneficio neto consolidado ha aumentado un 20,1% hasta alcanzar los 310 millones de euros, mientras que el Ebitda se situó en 1.097,1 millones, un 5,4% más que el ejercicio precedente.

La cifra de negocios y el Ebitda correspondientes al ejercicio 2019 obtenidos por las diferentes líneas de negocio del Grupo El Corte Inglés son los siguientes:

Línea de negocio	Cifra de negocios (millones de euros)	Variación respecto a 2018 <sup>21</sup> (%)	EBITDA <sup>22</sup> (millones de euros)	Variación respecto a 2018 (%)
Empresas de <i>retail</i>	13.127,88	0,9	930,52	5,4
Grupo Viajes El Corte Inglés	2.731,65	0,4	65,06	1,9
Grupo Seguros El Corte Inglés	215,58	8,1	89,68	10,6
Otras líneas de negocio	38,92	-1,6	12,17	5,3
Ajustes y eliminaciones de consolidación	-853,25	2,9	-0,34	<100,0
<b>Grupo El Corte Inglés</b>	<b>15.260,78</b>	<b>1,2</b>	<b>1.097,09</b>	<b>5,4</b>

El ejercicio 2019 ha estado marcado por una suma de acontecimientos significativos para todo el Grupo. El más reciente, firmado en febrero de 2020, ha sido el acuerdo alcanzado para refinanciar la deuda bancaria por un importe agregado máximo de hasta 2.000 millones de euros. El contrato, que asegura una financiación estable, con menor coste, mayores plazos y sin garantías fue suscrito por 24 entidades financieras que mostraron así su respaldo a la gestión y al plan de negocio que desarrolla la compañía. El acuerdo ha permitido ampliar los plazos hasta febrero 2025 y disminuir en 50 millones la financiación bancaria actual del Grupo.

Durante el ejercicio, se aprobó la fusión por absorción de El Corte Inglés y Bricor (sociedad absorbida). Esta integración se llevó a cabo con el fin de mejorar y complementar la oferta comercial, al mismo tiempo que se aprovechan las sinergias entre ambos formatos tanto en el área de compras como en el de ventas. Esta nueva estructura permite también una optimización de la propuesta comercial y de servicios de cara al cliente.

El Corte Inglés sigue innovando en el desarrollo de nuevas áreas de actividad, así en este ejercicio destaca también la creación de una nueva unidad de negocio de *Real Estate*, para la promoción y gestión de activos inmobiliarios. El Corte Inglés es una de las empresas con mayor patrimonio inmobiliario de España, por esta razón surge esta nueva línea de actividad en el mercado que da servicio tanto al propio Grupo como a empresas externas.

Otro hecho relevante de este ejercicio ha sido el acuerdo sellado con el Grupo Gfi para integrar Informática El Corte Inglés (IECISA) en el grupo francés, con el fin de formar un gran líder tecnológico europeo. La operación fue aprobada por las autoridades competentes ya en el ejercicio 2020.

Al término del ejercicio 2019 y comienzos del 2020, la actividad mundial se ha visto afectada por los efectos del Covid-19. Esta circunstancia tendrá una repercusión notoria sobre los resultados del próximo ejercicio fiscal.

<sup>21</sup> Cifras modificadas a efectos comparativos tras salir el Grupo Informática del perímetro de consolidación y tratarse dentro de operaciones discontinuas.

<sup>22</sup> No incluye el efecto IFRS 16.

## EMPRESAS DE RETAIL

El negocio de la distribución, que constituye la base del Grupo El Corte Inglés, está compuesto por los grandes almacenes El Corte Inglés, los hipermercados Hipercor, los establecimientos Bricor, la cadena de tiendas de proximidad Supercor y la enseña especializada en moda Sfera. Durante los últimos años uno de los ejes centrales ha sido el aprovechamiento de sinergias entre las distintas empresas del Grupo y, en especial, entre todas las sociedades que vertebran el negocio del *retail*. En el ejercicio 2019, las áreas de *retail* han alcanzado una cifra de negocios conjunta de 13.127,9 millones de euros, lo que supone un incremento del 0,9% sobre el ejercicio precedente, con un Ebitda de 930,5 millones de euros, un 5,4% más que el año anterior.

En este sentido, se enmarca la fusión de Bricor y El Corte Inglés realizada durante el ejercicio, así como la anterior de Hipercor y El Corte Inglés en 2017. El objetivo de estas operaciones es ganar en eficiencia y rentabilidad, lo que se traduce en una serie de ventajas competitivas para el cliente.



**EL CORTE INGLÉS**

Principales cifras:

**9,2/10**  
nivel de satisfacción de clientes**+ 443 millones**  
de visitas a nuestras páginas web**+1,9 millones**  
de referencias de productos**+1.000**  
servicios en establecimientos**17**  
años de antigüedad media de la plantilla

El Corte Inglés representa el 77,9% del negocio del Grupo, que lo convierte en el formato comercial con mayor peso específico. En 2019 alcanzó una cifra de negocios de 11.887,2 millones de euros.

La variedad del surtido, la innovación, la adecuación a las exigencias del mercado y la vocación de servicio sustentan las bases de este modelo de negocio junto con los compromisos de calidad y garantía. Todo esto ligado a la omnicanalidad hace posible que nuestros clientes tengan una experiencia de compra positiva.

El Corte Inglés es el escaparate de las marcas, el lugar donde encontrar las últimas novedades de moda, belleza, hogar, alimentación, tecnología, ocio, cultura y restauración que suman más de 1,9 millones de referencias. Firmas de prestigio, nacionales e internacionales; marcas propias y firmas emergentes conviven en los establecimientos de la compañía para satisfacer a clientes con diferentes gustos, intereses y posibilidades económicas.

La inquietud por adecuarse a las exigencias del mercado ha llevado a los establecimientos de El Corte Inglés a convertirse en lugares de encuentro y experiencias donde el cliente puede disfrutar, entretenerse y experimentar nuevas vivencias y sensaciones. Pero también ha llevado a las tiendas a transformarse en canales de comunicación para conectar con la sociedad. En este sentido, nuestros escaparates se han convertido en estudios de radio desde donde se han emitido programas en directo; nuestros clientes se han visto sorprendidos con *flashmobs* como el de la ópera *Il Trovatore* en el centro de Preciados o el del musical *El Médico* en Castellana (ambos en Madrid), hemos puesto en marcha un jardín vertical en la fachada de nuestro establecimiento de Valladolid, y casi todas nuestras tiendas se han iluminado de rosa en señal de apoyo a la lucha contra el cáncer.

En este sentido, El Corte Inglés ha creado un proyecto innovador bajo el lema *#MásColor* que ha iluminado sus centros con una paleta cromática compuesta por 6 tonos. Esta iniciativa, a la que se sumaron más de 300 marcas, incluía experiencias únicas en la tienda,

escaparates cromáticos y sugerentes, diferentes propuestas de *pop-up* con una selección de artículos originales, marcas con producto diseñado especialmente para la ocasión y acciones interactivas. Esta campaña que se puso en marcha en febrero de 2020, fue creada para sorprender y despertar una explosión de emociones a través de los colores de la primavera. Las propuestas más singulares de *#MásColor* se extendieron a moda, complementos, hogar, belleza, deportes, ocio, tecnología, electrónica y alimentación.

De esta forma, en los establecimientos comerciales conviven zonas de realidad virtual, experiencias gastronómicas, espacios de salud y belleza y actividades deportivas, culturales e infantiles, además de los numerosos productos y servicios que se pueden adquirir o contratar.

Asimismo, los principios de innovación y servicio han impulsado la firma de acuerdos con otras compañías con el fin de enriquecer la oferta comercial.

El Corte Inglés ha ampliado su alianza con Repsol en varios ámbitos. Por un lado, el acuerdo suscrito para vender electricidad y gas por el que la compañía energética ha instalado ya más de 45 puntos de contratación en los centros de toda España. Por otro lado, los clientes de los grandes almacenes ya pueden pagar sus compras con la app Waylet de Repsol y disfrutar de ventajas especiales.

Servicios	Centros
Administraciones de Loterías	56
Atracción Niños	38
Centro de certificaciones médicas	10
Centro médico	6
Cines	2
Clínica dental	23
Compostura	34
Estética	41
Floristerías	40
Fotografía Automática	52
Gimnasios	2
Lavado de vehículos	68
Manicura	17
Ocio Infantil	28
Oficinas de Correos	56
Óptica	95
Ortopedia	4
Peluquerías	74
Podología	7
Reparación de calzado y llaves	70
SPA	6
Taller de relojería	77
Talleres mecánicos	53
Tintorerías	73





También se ha afianzado la alianza con Alibaba, incorporando nuevas marcas al surtido ofrecido por AliExpress y con la integración de los sistemas de Alibaba Cloud. Con el fin de continuar estrechando lazos con el mercado asiático, se ha firmado un acuerdo con WeChat Pay, la plataforma de pago móvil con más usuarios en China, ofreciendo así un servicio más personalizado para los clientes de este país que habitualmente visitan nuestras tiendas.

En el área de **moda**, se ha consolidado el reposicionamiento de las marcas propias con el fin de ofrecer al cliente una propuesta diferenciada y exclusiva. Por este mismo motivo, lanzamos la firma Woman El Corte Inglés, que ha cumplido con éxito su primer año de vida habiendo logrado su objetivo de ofrecer la más amplia propuesta de básicos junto a nuevas colecciones de diseño para todo tipo de mujeres; como prueba de ello, ha querido que las protagonistas de sus campañas hayan sido empleadas del Grupo. Esta marca ha lanzado diferentes líneas como son Woman Plus, para tallas grandes; Woman Fiesta, con una innovadora y amplia propuesta de vestidos para eventos; y Woman Limited El Corte Inglés para las mujeres que prefieren un estilo más elegante. Lloyd's se ha consolidado como una marca de calidad orientada hacia un tipo de mujer a quien le gusta disfrutar del aire libre y la naturaleza.

Esta renovación de las marcas propias ha llevado a dar un giro a la firma Tintoretto, con propuestas de estilo desenfadado con un toque bohemio. Todas estas marcas han transformado la imagen de sus espacios en la tienda creando entornos únicos para seguir creciendo y satisfaciendo los diferentes estilos de los clientes.

Durante este ejercicio, El Corte Inglés ha inaugurado un nuevo *showroom*, un espacio destinado a poner en valor las marcas propias de la compañía y trabajar más estrechamente con estilistas y expertos en moda para avanzarles las tendencias de nuestras próximas colecciones y tener una comunicación más fluida.

La firma masculina Emidio Tucci ha vuelto a contar con el actor Antonio Banderas como imagen de marca, y ha vestido a los deportistas de LaLiga de fútbol, jugadores de la Real Federación de Tenis y a esquiadores profesionales, en el marco de los acuerdos de patrocinio de la compañía.

Por otro lado, El Corte Inglés, de la mano del Museo del Prado, ha producido un cortometraje en el que confluyen moda y arte, dos elementos que son históricamente importantes para los grandes almacenes y que ha servido para potenciar la capacidad que ambas disciplinas tienen para conquistar y conectar a millones de personas.

En la categoría de **hogar** hemos apostado por ampliar la oferta de productos sostenibles en línea con nuestro compromiso con la sociedad y el medio ambiente. En este aspecto, se ha incrementado el número de productos con certificación FSC, con el fin de contribuir a la gestión forestal responsable, y se han incluido referencias textiles elaboradas con materias primas recicladas y con algodón sostenible. Por otro lado, mantenemos la apuesta por la personalización de productos ofreciendo un nuevo surtido que el cliente puede personalizar. Además, se han añadido al surtido nuevas marcas y colecciones que se caracterizan por la calidad y el diseño de sus productos, que van especialmente dirigidas a un público joven. De esta forma, nació Room, una marca propia que se caracteriza por su estilo moderno y de vanguardia, que está teniendo una gran acogida por parte de los clientes.

Otra de las novedades destacadas ha sido el lanzamiento de Decor Studio, el servicio de decoración que ya está disponible en 10 establecimientos y que próximamente lo estará también a través de la web de El Corte Inglés. Más de 200 interioristas realizan todo tipo de proyectos, desde la renovación de un pequeño espacio hasta un gran plan de obra y reforma, sirviéndose de las últimas herramientas de diseño.

El área de **tecnología y ocio** se cuenta con las mejores marcas y con los últimos modelos que van saliendo al mercado, lo que nos permite estar a la vanguardia en propuesta comercial. En línea con ese posicionamiento innovador, se ha potenciado nuestra apuesta por los espacios experienciales con la apertura de Samsung Experience Store en Valencia, la tercera tienda experiencial tras las de Madrid y Bilbao que ambas compañías han puesto en marcha. Asimismo, hemos sido pioneros en comercializar el primer servicio 5G de España, lanzado por Vodafone.

La posibilidad de disfrutar y sentir nuevas sensaciones ha llegado también a las jugueterías con la apertura de espacios “*ready to play*” en los establecimientos de Sanchinarro y Callao, en Madrid; el objetivo es que los niños puedan desplegar su imaginación, divertirse con numerosas actividades y probar las últimas novedades de juguetes. En esta línea, El Corte Inglés ha traído a España la nave X-Wing de Star Wars a tamaño real de la mano de LEGO y Disney.

Nuestros profesionales de librería han vuelto a convertirse en jurado para otorgar los premios de la segunda edición del Premio “Un año de libros”, que reconoce las mejores obras literarias y a los autores más destacados.

En **gastronomía y restauración**, la compañía ha apostado por la renovación de sus espacios con el fin de ofrecer una mejor experiencia al cliente y una amplia y variada propuesta culinaria. En este sentido El Corte Inglés ha reinventado su Gourmet Experience en la tienda de Goya (Madrid), donde hace 10 años nació este formato gastronómico que rompió moldes al fusionar el *retail* y la degustación de productos de alta calidad.

En los últimos años, la compañía ha experimentado un crecimiento por encima del mercado en el área de restauración. Esto ha llevado a acelerar también la transformación en el diseño de sus tradicionales cafeterías y restaurantes y a aumentar el porcentaje de productos saludables, locales y de tendencia en su oferta comercial.

Gran parte de los espacios de venta de platos preparados han sido renovados, incorporando una nueva estética más funcional, un área en la que El Corte Inglés fue pionero en España. Asimismo, destaca la importante presencia de productos españoles y, sobre todo, la elaboración artesanal de toda la oferta gastronómica del Grupo.

Por otra parte, El Corte Inglés ha firmado un acuerdo para gestionar el innovador espacio de alimentación dentro de Caleido, el nuevo complejo urbanístico situado en el Distrito Financiero Cuatro Torres de Madrid. Se trata de un nuevo concepto de supermercado, que operará con una nueva marca dentro del Grupo El Corte Inglés, y que se centrará en la innovación en productos perecederos, proveedores locales, productos naturales y la más variada oferta de comida para llevar. La estética y diseño de este nuevo concepto, que lo está desarrollando íntegramente el equipo de *Real Estate* de El Corte Inglés será igualmente singular y estarán muy presentes los materiales naturales y la construcción sostenible.



En el **área de alimentación** seguimos trabajando con nuestros proveedores para proporcionar productos de calidad y con valor añadido a los clientes. Especialmente apostamos por la compra local con el fin de ofrecer un mayor surtido de productos de este tipo, como garantía de frescura y para ayudar a las economías regionales. Asimismo, se ha reforzado la oferta de alimentación saludable y los espacios dedicados a productos ecológicos, destacando especialmente los frescos, lácteos, aceites, alimentación infantil, etc. Todo ello desde un entorno omnicanal, en constante evolución, para ofrecer al cliente diferentes opciones de compra y servicios como la venta *online*, los pedidos telefónicos, Click&Car para recoger el pedido en el aparcamiento del centro seleccionado.

## OTRAS LÍNEAS DE ACTIVIDAD

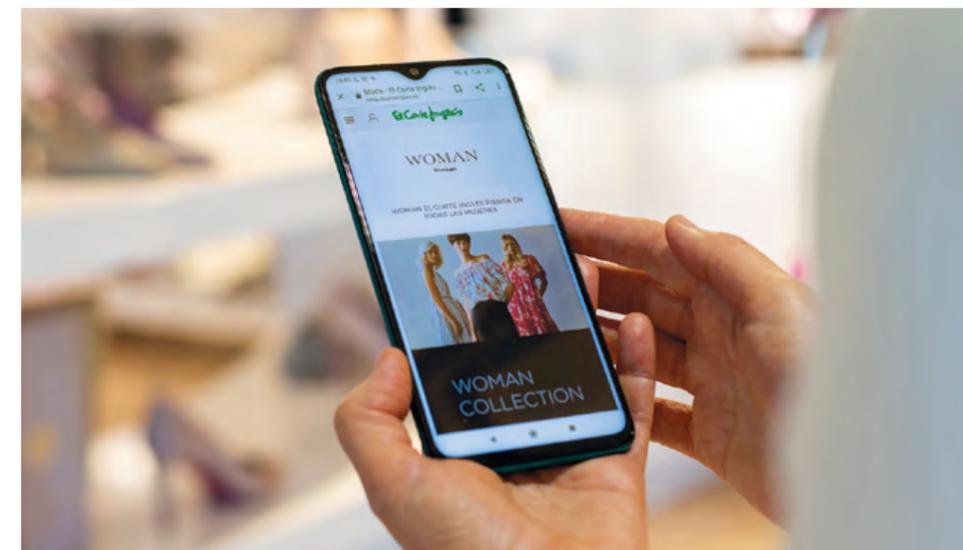
### Online

En línea con su vocación por la innovación constante, El Corte Inglés ha centrado una parte importante de la estrategia en el desarrollo de nuevas funcionalidades y servicios *online*, con el fin de continuar adaptándose a las necesidades del cliente omnicanal.

Durante 2019, la web de El Corte Inglés ha incrementado la cantidad de marcas y el número de productos disponibles de cada una de ellas. De este modo, el amplio surtido de productos *online* es muy similar al que se puede encontrar en los establecimientos más grandes de la compañía; [elcorteingles.es](http://elcorteingles.es) ofrece más de 2 millones de productos entre marcas propias y colaboradoras.

Destaca el incremento de los dispositivos móviles, tanto para navegar (ya representan el 70% del total), como para comprar (el 47%). Por esta razón se ha rediseñado totalmente la web orientándola a la navegación móvil, y se ha adaptado la imagen de marca en el diseño web.

Además, se ha renovado “Mi Cuenta”, el área privada para cada cliente, de forma que los usuarios pueden crear su propia cartera digital registrando sus medios de pago de forma segura, para evitar teclearlos en cada transacción. En la consulta de pedidos se han añadido opciones de autoservicio que permiten gestionar con facilidad los cambios de dirección, disminución de cantidades, cancelaciones de pedidos o la solicitud de una devolución.





El nuevo sistema ofrece al cliente la posibilidad de seleccionar la forma de entrega o recogida que más le convenga.

De esta forma, los usuarios pueden recibir los pedidos en su domicilio o lugar de trabajo, mediante una entrega estándar o exprés, o recoger su compra en cualquiera de las tiendas de la compañía, en establecimientos Supercor y en oficinas de Correos.

Todo ello es posible gracias a las mejoras tecnológicas y logísticas que se han puesto en marcha, y que permiten tener una visión única del stock, al mismo tiempo que aumentan las opciones de reparto.

En este contexto, los establecimientos de El Corte Inglés se han convertido en centros logísticos para complementar los servicios ofrecidos desde los almacenes centrales. De esta forma, se ha impulsado el servicio de Entrega en el Día en 54 ciudades con 200.000 referencias disponibles. También se derivan pedidos desde los grandes centros logísticos que, por motivos de organización o disponibilidad del surtido, puedan resultar más convenientes o rápidos entregar directamente en el domicilio del cliente.

#### Turismo de calidad

El Corte Inglés mantiene su estrategia de promover España como destino turístico de calidad y posicionar sus ciudades al nivel de los grandes destinos europeos, impulsando un turismo de alto valor y respetuoso con el entorno.

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

Fruto del trabajo realizado durante los últimos años, nuestras tiendas ofrecen una propuesta comercial y de servicios atractiva para los clientes internacionales. El amplio abanico de marcas reconocidas mundialmente, la atención especializada en diferentes idiomas según la procedencia de los clientes, así como una apuesta firme por la innovación son algunas de las claves que nos aportan diferenciación. Este año se ha sellado un acuerdo con WeChat, que se suma al firmado con Alipay en 2018; ambos sistemas de pago permiten estrechar lazos con China y facilitar que los visitantes del país asiático puedan pagar y realizar el trámite de *Tax Free* a través del móvil.

En 2019 la tendencia ha sido muy positiva, con un incremento de la cuota de mercado y un crecimiento por encima del 10% en el conjunto de tiendas de la compañía.

#### MAD-FD Madrid FashionDistrict

A lo largo del último año, El Corte Inglés ha trabajado en la creación de MAD-FD, un nuevo concepto de centro comercial de innovación y vanguardia concebido para vivir nuevas experiencias. La compañía realizará, junto con las marcas, una transformación íntegra del centro comercial de Arroyosur (Leganés, Madrid) en el nuevo concepto MAD-FD Madrid FashionDistrict.

Más de 150 grandes firmas de moda, belleza, accesorios, deportes, hogar, joyería, relojería, tecnología y restauración, ofrecerán a los usuarios experiencias diferenciadas y servicios personalizados en un nuevo y vanguardista concepto de centro comercial. Dispondrá de una amplia oferta de ocio durante todo el año, albergará desfiles y talleres de moda, así como exposiciones de arte de primer nivel, y será escenario de espectáculos musicales de relevancia internacional.

#### Internacionalización de las marcas propias

El Corte Inglés ha centrado gran parte de sus esfuerzos en impulsar la internacionalización de sus marcas de moda, alimentación y deporte entre otras categorías. A lo largo de 2019 ha sellado acuerdos con distribuidores de otros países que le han permitido continuar su expansión hasta tener presencia en 23 mercados internacionales, tanto a través de productos de alimentación como con artículos de moda mujer, hombre, infantil, accesorios o artículos deportivos.

Alemania es uno de los mercados donde El Corte Inglés tiene una mayor presencia. El acuerdo sellado con los grandes almacenes Galería Karstadt Kaufhof (GKK) nos ha permitido estar presentes en unos 200 puntos de venta en este país. Desde 2018, las marcas propias de deporte, Boomerang, Mountain Pro y Tijuana, se venden en los grandes almacenes alemanes y en este último año se ha incrementado considerablemente su presencia.

Algunas marcas propias de moda como Easy Wear, Green Coast, Dustin, Brotes y Jo & Mr. Joe, entre otras, se venden también en grandes almacenes de Andorra y Rusia, y se prevé la incorporación de nuevos países.

Durante este año también se ha ampliado la alianza firmada con AliExpress, un acuerdo que permitirá la expansión internacional del Grupo en Europa Central e impulsará la venta *online* en estos mercados. Seis nuevas marcas de moda de El Corte Inglés se han empezado a comercializar a través del portal chino (Easy Wear, Fórmula Joven, Green Coast, Free Style, Boomerang y Mountain Pro). Estas se suman a Unit, la primera marca que se empezó a vender a través de la plataforma asiática tras la firma del acuerdo.

En alimentación, El Corte Inglés tiene presencia en distintos países de Latinoamérica y Centro América. En Ecuador se venden productos de marca propia a través de los supermercados Favorita, líder de la distribución de gran consumo en este país. Los supermercados Grupo Rey, en Panamá siguen comercializando con éxito un amplio surtido de nuestros productos.

En México se ha impulsado la presencia en la cadena de supermercados Soriana, y en los grandes almacenes Palacio de Hierro a través de las marcas Club del Gourmet y El Corte Inglés. Por su parte, en Cuba se ha mantenido la presencia de productos de alimentación e higiene personal en diversas cadenas. Asimismo, continúa el acuerdo de distribución con Supermercados Peruanos en Perú, en sus enseñas Plaza Vivanda y Plaza Vea y el acuerdo de colaboración firmado con Grupo Éxito, en Colombia, para la distribución en sus supermercados Carulla y Éxito. Además, en Paraguay se han empezado a vender referencias a través del popular grupo de distribución Vierci.

Asimismo, El Corte Inglés ha alcanzado acuerdos con varios operadores para tener presencia en mercados asiáticos, como son Filipinas, Tailandia, Hong Kong y Mongolia; y en países de Oriente Medio, como Líbano, Baréin, Kuwait y Arabia Saudí.

Por último, también en el ámbito de la alimentación, destaca el acuerdo sellado con el grupo Ahold-Delhaize para la distribución de surtido en las tiendas de esta compañía en Bélgica y Luxemburgo.



Casa Andina Premium San Isidro (Lima). Proyecto diseñado y ejecutado por El Corte Inglés Empresas en Perú.

## Real Estate

El Grupo Corte Inglés ha creado una unidad de negocio especializada en la promoción, construcción y gestión de activos inmobiliarios que se denomina El Corte Inglés Real Estate. La nueva unidad de negocio integra a todas las áreas del Grupo relacionadas con la actividad inmobiliaria y aprovecha la experiencia de los equipos de construcción, arquitectura, ingeniería, proyectos y obras, interiorismo y decoración, entre otros.

El Corte Inglés, una de las empresas con mayor patrimonio inmobiliario de España, cuenta con una amplia trayectoria en el desarrollo y construcción de proyectos inmobiliarios, principalmente establecimientos comerciales, pero también de otro tipo de activos desarrollados para terceros.

Con esta iniciativa se han fusionado tres divisiones: Obras y Construcciones, Explotación y Gestión de Activos Inmobiliarios, y El Corte Inglés Empresas. La primera de ellas cuenta con un equipo de arquitectos, ingenieros y profesionales especializados en la construcción de centros comerciales; la segunda está enfocada a la compraventa de todo tipo de activos inmobiliarios, así como a su gestión y explotación; y la tercera dirigida a clientes externos, está especializada en la creación y renovación de hoteles y oficinas, y dispone de una extensa gama de soluciones para acometer todo tipo de reformas, instalaciones y equipamientos. Además, dispone de un estudio propio de interiorismo y decoración.

En el mes de junio de 2019 El Corte Inglés Empresas, junto con Port Aventura World, inauguraron la nueva decoración de dos hoteles en el parque de ocio tarraconense que se suman a otros proyectos hoteleros de gran relevancia.

**EL CORTE INGLÉS-GRANDES ARMAZÉNS (PORTUGAL)**

Principales cifras:

**Premio Marketeer**  
como mejor Gran Espacio Comercial

**8/10**  
es el índice de satisfacción de clientes

**100%**  
reclamaciones resueltas y **1,43**  
días de tiempo medio de resolución

**29,5**  
horas de formación por empleado

**49**  
actividades de acción social

El Corte Inglés- Grandes Armazéns, S.A. (ECIGA) es la empresa portuguesa del Grupo que gestiona la venta de bienes de consumo. En 2001 comenzó la actividad comercial en Portugal, con la inauguración del primer establecimiento en Lisboa. Actualmente, ECIGA cuenta con dos grandes almacenes, el de la capital y otro en Gaia, una ciudad contigua a Oporto; así como 6 supermercados de la insignia Supercor y la tienda *online*.

La marca El Corte Inglés en Portugal está posicionada en el segmento medio-alto, puesto que las tiendas se ubican en las principales ciudades del país. Los establecimientos ofrecen estándares de servicio, marcas y productos que se sitúan por encima de la media del comercio en Portugal.

La tienda *online* ha registrado importantes crecimientos tanto en la venta, como en la incorporación de nuevas marcas y en el número de visitas de clientes, que en su mayoría tienen un perfil joven y urbano.

Gran parte de la inversión ha estado centrada en la especialización y la calidad del surtido, especialmente en el área de lujo. Se han incorporado nuevas marcas de alta gama en moda, complementos, perfumería y cosmética. Además, en Lisboa, se ha adaptado el área de lujo a las necesidades de los clientes internacionales que demandan este tipo de productos, con el fin de posicionarse como lugar de referencia para adquirir firmas exclusivas en esta ciudad. Más de 100.000 viajeros han visitado nuestras tiendas de Portugal, convertidas ya en un destino de referencia para el turismo.

Asimismo, se ha impulsado la innovación de los espacios y de las experiencias ofrecidas a los clientes, con una original decoración de los escaparates, vistosas implantaciones para las colecciones de verano y Navidad. También, se ha continuado potenciando el Gourmet Experience, inaugurado en 2018, que ha acogido a importantes expertos del mundo de la gastronomía.

Otro hecho relevante ha sido la recogida del premio Marketeer concedido a El Corte Inglés en Portugal, en la categoría de Mejor Gran Espacio Comercial, que reconoce el servicio altamente especializado y de calidad que ofrece la compañía, así como, la ventaja de poder encontrar en un solo lugar las marcas más exclusivas.



**SUPERCOR**

Principales cifras:

**92%**  
plantilla con contrato indefinido**49**  
establecimientos Supercor certificados en accesibilidad**+ de 92**  
millones de visitas a nuestras tiendas**47%**  
de mujeres en puestos de responsabilidad

Los supermercados Supercor ofrecen un amplio surtido de productos de calidad que los convierten en un referente en la compra de proximidad. Uno de los atributos que caracterizan a la cadena de supermercados es la oferta comercial adaptada al entorno y a los gustos locales, manteniendo así una política de cercanía con el ciudadano y con los proveedores regionales. El cliente puede encontrar en estos supermercados más de 12.000 referencias. Otro de los elementos diferenciales es el horario extenso con el fin de adaptarse a las necesidades que demanda la sociedad y prestar el mejor servicio.

Uno de sus rasgos más distintivos es el surtido de frescos, especialmente frutas y hortalizas, carnes, pescados y charcutería, que se reponen a diario. Atendiendo a la alta demanda de productos ecológicos, se han incrementado el número de referencias para adecuarse así a un consumidor informado y preocupado por la salud y el bienestar.

Supercor ha alcanzado una cifra de negocios de 714,6 millones de euros en el ejercicio 2019.

A lo largo de este año se ha potenciado la omnicanalidad, centrando parte de la estrategia en el impulso del Click&Collect, para recoger y devolver en las tiendas Supercor los productos adquiridos en la web de El Corte Inglés. También se han impulsado las entregas a domicilio y todas las ventajas asociadas a la tarjeta de compra El Corte Inglés.

La enseña de supermercados ha continuado reformando sus establecimientos para renovar su imagen y facilitar a los clientes la compra, con espacios más amplios y con una distribución sencilla e intuitiva, así como con la incorporación de nuevo mobiliario de congelados. Además, se han reforzado las herramientas de gestión de todas las tiendas con el fin de optimizar los procesos y seguir innovando en la oferta y el servicio.

Con el fin de impulsar más el producto de temporada se han intensificado las campañas de promoción ligadas a la estacionalidad tanto en el ámbito nacional como en el regional o local.



En cuanto al componente humano, se ha incrementado en cerca de un 1% el número de mujeres directoras de tiendas. Además, un equipo de 25 personas tanto de oficinas centrales como de coordinación de supermercados ha realizado un Programa Superior de Retail Marketing. También, se ha trabajado en la inclusión de colectivos con algún tipo de discapacidad, con un aumento del 2% en el número de personas incorporadas a la plantilla.

A cierre del ejercicio 2019, Supercor contaba con 181 tiendas en toda España y 6 en Portugal.

**SFERA**

Principales cifras:

**92%**Presencia en **19** mercados**473** puntos de venta:**167** tiendas propias y **306** franquicias**+ de 52**

millones de visitas a nuestras tiendas

**+ de 17**

millones de visitas anuales a nuestra web

Se ha multiplicado por **8** la venta *online* desde que se lanzó la web**89%**

plantilla son mujeres

**85%**

mujeres en puestos de responsabilidad

**33**

años edad media de la plantilla



Sfera ha experimentado un crecimiento muy positivo durante el último año con la apertura de nuevos establecimientos, que junto con los que ya estaban en marcha, suman un total de 473 puntos de venta. Gran parte de los esfuerzos se han dirigido a incrementar el valor de la marca, llevando a las tiendas las últimas tendencias de moda, renovando la imagen de los puntos de venta y con una mejora notable de la calidad de las terminaciones, los tejidos y el patronaje de las prendas. Todo ello ha influido de forma positiva en la cifra de negocios que se ha situado en 461 millones de euros, lo que representa un incremento del 8% sobre el ejercicio anterior.

Durante el último ejercicio ha evolucionado significativamente la tipología del cliente que ahora es más joven, tanto en las tiendas físicas como en el canal *online*, y con distintas posibilidades económicas, lo que ha permitido llegar a un público más amplio y potenciar el posicionamiento de la marca.

En lo que se refiere a la expansión de nuevas tiendas de la enseña de moda, se han abierto dos en España, una en Zaragoza y otra en Sevilla; cuatro en México, que suman un total de

51 establecimientos en este mercado. A fecha 29 de febrero de 2020, Sfera contaba con 167 tiendas propias presentes en 5 países de todo el mundo.

Durante 2019, se han abierto 42 puntos de venta en régimen de franquicia en diferentes mercados. De estos, 26 se han inaugurado en Centroamérica, concretamente en Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Nicaragua y ocho de ellos en Panamá.

En Lima (Perú), se han puesto en marcha ocho nuevos puntos de venta que suman un total de 4 tiendas y 38 córneres.

En Tailandia se abrieron siete nuevos córneres, llegando así a los 25 puntos de venta en este país asiático.

A cierre del ejercicio, Sfera está ya presente en 19 mercados con 167 tiendas propias y 306 puntos de venta en régimen de franquicia.

**EMPRESAS NO RETAIL****GRUPO VIAJES EL CORTE INGLÉS**

Principales cifras:

**Premio Mejor Agencia de Viajes de Negocios 2019 por 4º año consecutivo****80%**

plantilla son mujeres

**61%**

mujeres en puestos de responsabilidad

**8%**

de clientes fidelizados

**29.222**

proveedores

**25**

horas de formación por empleado



El Grupo Viajes El Corte Inglés ha obtenido una cifra de negocios de 2.731,7 millones de euros, con un incremento del 0,4% sobre el año anterior. El Ebitda se ha situado en 65,1 millones.

Esta evolución se debe en gran medida a la implantación de un nuevo sistema de gestión de clientes y avanzadas herramientas de marketing que permiten conocer mejor al cliente y profundizar en su relación con Viajes El Corte Inglés. Otro paso importante ha sido la implementación del itinerario digital para mejorar la eficiencia de procesos y maximizar la automatización, lo que permite utilizar la firma electrónica para las documentaciones con el fin de mejorar la efectividad y la experiencia del cliente.

El Grupo Viajes El Corte Inglés está presente en 14 países: Francia, Italia, Portugal, Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Estados Unidos, México, Panamá, Perú, República Dominicana, Uruguay y España. A lo largo de este ejercicio se ha mantenido la apuesta por la expansión internacional sumando así un total de 143 oficinas fuera del territorio español.

Viajes El Corte Inglés cuenta con dos turoperadores, Club de Vacaciones y Tourmundial. La primera está especializada en el viajero de más de 60 años que busca itinerarios de larga duración o pequeñas escapadas. Por su parte, Tourmundial dispone de más de 40 catálogos que abarcan más de 2.800 programas de viaje diferentes en los cinco continentes. A lo largo de este ejercicio ambas empresas han cerrado nuevos acuerdos que les han permitido estar presentes en cerca de 9.500 puntos de venta, aportando así un nuevo valor al viajero y diversificando su gama de productos; todo ello ha contribuido a consolidar su posición de referencia dentro de la turoperación en España.

Utópica, la marca de Viajes El Corte Inglés que ha cumplido su primer aniversario, se caracteriza por ofrecer al cliente una experiencia completa desde una perspectiva distinta para que el viaje se convierta en vehículo de intercambio cultural.

Business Travel Center, la división para empresas de Viajes El Corte Inglés, ha mantenido su vocación de servicio, innovando en la personalización de la oferta, incorporando avanzadas herramientas tecnológicas que permiten dar soluciones eficaces, facilitar los procedimientos y adaptarse a las necesidades específicas de segmentos en auge. Esta línea de negocio presta servicios a una cartera de más de 16.000 clientes corporativos que representan un 25% del mercado.

En línea con la estrategia de RSC del Grupo El Corte Inglés, se ha elaborado una “Guía de Turismo para el desarrollo sostenible” con el objetivo de orientar las decisiones de contratación de productos turísticos sostenibles. Así como, promover el compromiso de nuestros principales proveedores con los principios éticos y universales para contribuir a la consecución de la agenda 2030.

Viajes El Corte Inglés junto con Pacto Mundial ha celebrado la jornada “Objetivos de Desarrollo Sostenible, pautas para la acción” en la Feria Internacional de Turismo, Fitur. En el marco de la alianza sellada entre la Red Española y un grupo de empresas del sector turístico que apuestan por fomentar la responsabilidad social en el sector.

En aras de garantizar la línea empresarial del Grupo, durante el ejercicio se implantó un sistema de cumplimiento normativo que tiene como fin mantener y dejar constancia del compromiso ético en todos nuestros ámbitos de actuación. Por ello, se ha desarrollado un plan de formación con cursos sobre Código Ético, RSC y Seguridad de la Información.

**GRUPO INFORMÁTICA EL CORTE INGLÉS**

Principales cifras:

**99,5%**  
plantilla con contrato indefinido

**91%**  
plantilla a jornada completa

**21%**  
tasa de nuevas contrataciones

**25,6**  
horas de formación por empleado

**19**  
certificaciones en calidad y medio ambiente

Informática El Corte Inglés fue fundada en 1988 y está especializada en consultoría tecnológica con proyectos de alto valor añadido, sobre todo en el área de transformación digital. En el último ejercicio económico ha alcanzado una cifra de negocios de 667,8 millones de euros y un Ebitda de 30,9 millones de euros.

El ejercicio 2019 ha sido especialmente significativo para la compañía tras la firma del acuerdo entre El Corte Inglés y el Grupo Gfi por el que éste ha adquirido Informática El Corte Inglés. La alianza dará la oportunidad a la consultora tecnológica española de iniciar una etapa de crecimiento de la mano de un gran grupo especializado y con amplia presencia internacional. La transacción permitirá a ambas empresas generar sinergias, acceder a nuevos mercados y enriquecer sus respectivas ofertas de consultoría y servicios.

El grupo tecnológico resultante del acuerdo cuenta con una plantilla de más de 23.000 personas y una cifra de negocios de más de 2.300 millones de euros. Asimismo, continuará prestando servicios al Grupo El Corte Inglés dentro del marco de la transformación digital que lleva a cabo la empresa de distribución española.

Tras la aprobación por parte de las autoridades de la Competencia y el visto bueno del Gobierno español, ya en el ejercicio 2020, el Consejo de Administración de El Corte Inglés ha autorizado el cierre de la operación.

Informática El Corte Inglés es experta en la transformación del puesto de trabajo, una de las fortalezas de la consultora. En este ejercicio ha seguido acompañando tanto a pymes como a grandes empresas y a administraciones públicas en su transición a un entorno laboral digitalizado, ya que el área de Intelligent Workplace ha experimentado una evolución importante en el negocio.

La consultora mantiene una relación fluida con los principales fabricantes tecnológicos, lo que le ha permitido impulsar exitosos proyectos en diferentes campos. Entre estos proyectos

destaca el desarrollo de soluciones en la nube, *cloud computing*, que contribuye a mejorar la operación de los sistemas y la experiencia final de los usuarios. Esta tecnología se está aplicando en el proyecto de *Mobility as a Service* que IECISA está desarrollando junto con la Empresa Municipal de Transportes de Madrid, ya que la consultora es el actual implantador de la solución de validación y *ticketing* en la EMT, la empresa de transporte público de Madrid. La experiencia de la capital española se ha trasladado a otras ciudades, como Málaga, y a otros sectores, como el turístico.

La línea de negocio de Digital Onboarding es otra de las áreas destacadas. IECISA ha desarrollado e implantado el embarque biométrico, que supone la posibilidad de realizar el embarque de pasajeros sin detenerse ante las puertas y controles manteniendo la seguridad exigida. El proyecto piloto se ha puesto en marcha junto con Iberia y Aena en el aeropuerto Adolfo Suárez de Madrid Barajas.

En el área internacional, la presencia de Informática El Corte Inglés en Latinoamérica y Portugal se fortalece con proyectos importantes como el Centro de Atención de Usuarios de Editorial Santillana, que atiende los requerimientos de clientes en 18 países. IECISA ha consolidado su desarrollo fuera de España con proyectos relacionados con la seguridad, el control de aduanas y puesto de trabajo y sistemas de gestión corporativos, tanto en empresas nativas como acompañando a corporaciones españolas en su expansión internacional.

La innovación es un valor fundamental y un elemento diferenciador de Informática El Corte Inglés, que durante el 2019 ha definido e implantando un modelo de innovación abierto y cooperativo en el que participan tanto los profesionales de la compañía como los agentes externos. IECISA ha lanzado la primera iniciativa corporativa de intra-emprendimiento basada en retos que son prioridades de innovación para la compañía. La acción ha tenido un notable éxito con más de 275 ideas recibidas y una participación de los profesionales por encima del 75%.

Informática El Corte Inglés participa activamente en el programa de investigación e innovación Horizonte 2020 de la Unión Europea, con los proyectos NeEDS (Network of European Data Scientists), Immerse (Integration Mapping of Refugee and Migrant Children) y BD4QoL (Big Data for Quality of Life).



**GRUPO SEGUROS**

Principales cifras:

**675.000**  
pólizas emitidas**96%**  
reclamaciones  
resueltas en 2019**97%**  
plantilla con  
contrato indefinido**91%**  
plantilla a jornada completa**56%**  
mujeres en puestos de responsabilidad**123**  
horas de formación por empleado**163.685**  
horas de formación

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

En el ejercicio 2019 alcanzaron en su conjunto una cifra de negocios (excluidas las primas emitidas por seguros de ahorro de carácter no recurrente) de 215,6 millones de euros, lo que representa un 8,1% más que el año anterior, y un Ebitda de 89,7 millones de euros, con un crecimiento del 10,6%. Ello ha permitido que el ROE<sup>23</sup> generado por este negocio durante el ejercicio supere el 20%.

La nueva producción de seguros ha alcanzado un nuevo récord, superándose las 675.000 nuevas pólizas emitidas en un año. Esto ha llevado a que la cartera de pólizas en vigor se incremente un 8,1% frente al ejercicio anterior.

Todos los ramos de seguros familiares (hogar, autos, asistencia sanitaria, vida riesgo y accidentes), cuya comercialización constituye el núcleo principal de la actividad desarrollada, han experimentado un crecimiento durante el ejercicio.

Para apoyar la comercialización de los distintos seguros y servicios, se han lanzado numerosas acciones de marketing y comunicación. Uno de los hitos más destacados ha sido la obtención del Premio Ondas 2019 a la Mejor Campaña de Radio Nacional por “Ruiditos”, que reconocía la gran idea creativa como una solución sencilla y notoria.

Asimismo, la Asociación Infantil Oncológica de Madrid (ASION) ha otorgado a El Corte Inglés Seguros el XV Premio Anual en la categoría de Empresas, como reconocimiento por el trabajo y las iniciativas desarrolladas durante los últimos años para ayudar a niños y adolescentes que padecen cáncer.

**CENTRO DE SEGUROS Y SERVICIOS**

Centro de Seguros y Servicios dispone, a cierre del ejercicio, de 126 puntos de venta, de los cuales 124 están situados en España y 2 en Portugal. Además, realiza su actividad a través de la página web [seguros.elcorteingles.es](http://seguros.elcorteingles.es) y ofrece un servicio personalizado de atención y venta telefónica.

El ejercicio 2019 se ha caracterizado por una intensa actividad comercial en los principales ramos de seguros, lo que ha permitido que el número total de clientes de la correduría se haya incrementado un 7,1%.

La correduría ha mantenido el esfuerzo para seguir actualizando y mejorando su propuesta comercial con el fin de dar respuesta a las nuevas necesidades que demanda el mercado. Esto ha llevado a lanzar nuevos productos y a rediseñar otros previamente comercializados en los principales ramos de seguros distribuidos. Con ello se afianza el modelo de negocio de la correduría, cuyo catálogo combina la oferta de seguros de diseño propio con otros de entidades aseguradoras de gran prestigio en España y Portugal como Allianz, Asisa, Axa, Generali, Liberty, Mapfre, Ocaso, Pelayo, Sanitas, SegurCaixa Adeslas o Seguros El Corte Inglés.

En 2019 ha tenido especial relevancia el desarrollo del canal web, que ha registrado un crecimiento significativo tanto en tráfico como en contrataciones. También se ha avanzado en el proyecto de renovación integral de la imagen de las delegaciones que la correduría tiene instaladas en los centros comerciales de El Corte Inglés.

En materia de innovación tecnológica, Centro de Seguros y Servicios ha redoblado el esfuerzo dedicado a su plan de digitalización habiendo avanzado notablemente en su objetivo de lograr que en 2020 la totalidad de sus principales ramos de seguro se emitan y gestionen de manera digital.

**SEGUROS EL CORTE INGLÉS**

Las primas devengadas durante el ejercicio han alcanzado los 229,57 millones de euros. Sin contar el fuerte crecimiento de los seguros de ahorro (cuya naturaleza es menos estable y predecible), la cifra de negocios recurrente se sitúa en 127,49 millones de euros (+8,1%). Este importe corresponde a primas de seguros de vida riesgo y accidentes cuya comercialización constituye el núcleo de la actividad de la compañía.

La ratio de solvencia se ha situado en el 353%, lo que pone de manifiesto la elevada solidez patrimonial de la sociedad.

Asimismo, la totalidad de los planes de pensiones gestionados han arrojado rentabilidad positiva durante el ejercicio 2019.

<sup>23</sup> ROE: Return on Equity, equivalente a la rentabilidad del capital.

## IMPLANTACIÓN DEL GRUPO EL CORTE INGLÉS

Puntos de venta por líneas de negocio	España	Portugal	Otros Países	Total 2019	Total 2018*
<b>Retail</b>	<b>653</b>	<b>23</b>	<b>366</b>	<b>1.042</b>	<b>1.014</b>
<b>El Corte Inglés</b>	<b>277</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>287</b>	<b>237</b>
Grandes Almacenes	88	2			
Salas Hipercor	39				
Centros Bricor	4				
Puntos de venta Bricor en C.C.	54	2			
Delegaciones El Corte Inglés Empresas	19		2		
Outlets	48	2			
Otros establecimientos comerciales	19				
Online	6	1	1		
<b>Supercor</b>	<b>182</b>	<b>6</b>		<b>188</b>	<b>185</b>
Tiendas de proximidad	181	6			
Online	1				
<b>Sfera</b>	<b>194</b>	<b>10</b>	<b>363</b>	<b>567</b>	<b>527</b>
Tiendas propias	102	8	57		
Córneres en C.C. El Corte Inglés	91	2			
Franquicias			306		
Online	1				
<b>Grupo Viajes El Corte Inglés</b>	<b>659</b>	<b>29</b>	<b>131</b>	<b>819</b>	<b>813</b>
Delegaciones	494	22	121		
Otros puntos de venta	161	6			
Online	4	1	10		
<b>Grupo Informática El Corte Inglés</b>	<b>22</b>	<b>1</b>	<b>12</b>	<b>35</b>	<b>34</b>
Delegaciones	18	1	11		
Otros puntos de venta	3				
Online	1		1		
<b>Grupo Seguros El Corte Inglés</b>	<b>151</b>	<b>3</b>		<b>154</b>	<b>146</b>
Delegaciones Centro de Seguros El Corte Inglés	124	2			
Delegaciones Seguros El Corte Inglés	26				
Online	1	1			
<b>Otros</b>	<b>2</b>			<b>2</b>	
Editorial CERA	1				
Online	1				
<b>Total</b>	<b>1.487</b>	<b>56</b>	<b>509</b>	<b>2.052</b>	<b>2.007</b>

\*Nota: La implantación del ejercicio 2018 incluye 27 web de venta online.

### Número total de tiendas propias y delegaciones en:

España: 1.326

Portugal: 49

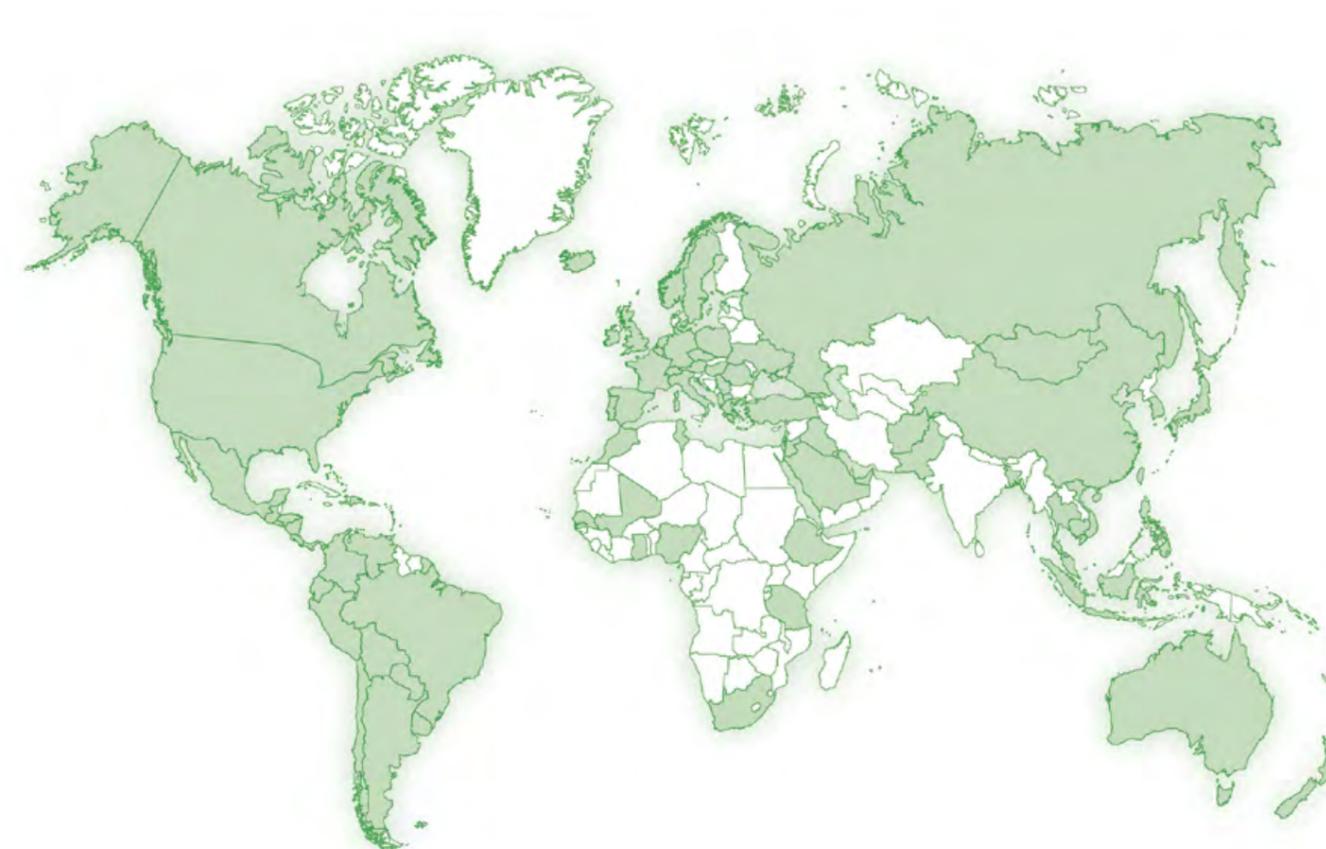


### Número total de tiendas propias y delegaciones en otros países

País	ECI Empresas	Sfera	Grupo Viajes	Grupo Informática
Argentina	-	-	3	1
Brasil	-	-	-	1
Chile	-	-	11	1
Colombia	-	-	12	1
Costa Rica	-	-	-	1
Ecuador	-	-	2	1
Estados Unidos	-	-	3	1
Francia	-	-	1	-
Grecia	-	3	-	-
Italia	-	-	1	-
México	-	51	79	1
Panamá	1	-	4	1
Perú	1	-	2	1
Polonia	-	3	-	-
República Dominicana	-	-	1	1
Uruguay	-	-	2	-
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>57</b>	<b>121</b>	<b>11</b>

### Mercados en los que nuestros productos y servicios están presentes

África	América	Asia	Europa	Oceanía
Argelia	Argentina	Afganistán	Albania	Australia
Cabo Verde	Antigua y Barbuda	Arabia Saudí	Alemania	Nueva Zelanda
Etiopía	Bahamas	Bangladesh	Andorra	
Ghana	Bolivia	Bárein	Austria	
Marruecos	Brasil	Brunei	Bélgica	
Mali	Canadá	Catar	Dinamarca	
Nigeria	Chile	China	España	
Senegal	Colombia	Corea del Sur	Francia	
Tanzania	Costa Rica	Emiratos Árabes Unidos	Georgia	
Túnez	Ecuador	Filipinas	Grecia	
Sudáfrica	El Salvador	Hong Kong	Holanda	
	Estados Unidos	Israel	Hungría	
	Guadalupe	Iraq	Irlanda	
	Guatemala	Japón	Islandia	
	Guayana Francesa	Jordania	Italia	
	Honduras	Kuwait	Macedonia	
	Martinica	Líbano	Malta	
	México	Malasia	Moldavia	
	Nicaragua	Maldivas	Noruega	
	Panamá	Mongolia	Polonia	
	Paraguay	Pakistán	Portugal	
	Perú	Singapur	Reino Unido	
	Puerto Rico	Tailandia	República Checa	
	República Dominicana	Turquía	Rumanía	
	Reunión	Vietnam	Rusia	
	Trinidad y Tobago		Suecia	
	Uruguay		Suiza	
	Venezuela		Ucrania	



### Páginas web por países

Página web	País	Página web	País
<a href="http://www.elcorteingles.es">www.elcorteingles.es</a>	España	<a href="http://www.viajeselcorteingles.com.do">www.viajeselcorteingles.com.do</a>	Rep. Dominicana
<a href="http://www.elcorteingles.pt">www.elcorteingles.pt</a>	Portugal	<a href="http://www.viajeselcorteingles.com.ec">www.viajeselcorteingles.com.ec</a>	Ecuador
<a href="http://www.elcorteingles.com">www.elcorteingles.com</a>	Internacional	<a href="http://www.viajeselcorteingles.com.mx">www.viajeselcorteingles.com.mx</a>	México
<a href="http://www.elcorteingles.es/empresas">www.elcorteingles.es/empresas</a>	España	<a href="http://www.viajeselcorteingles.com.pa">www.viajeselcorteingles.com.pa</a>	Panamá
<a href="http://www.hipercor.es">www.hipercor.es</a>	España	<a href="http://www.viajeselcorteingles.com.uy">www.viajeselcorteingles.com.uy</a>	Uruguay
<a href="http://www.primeriti.es">www.primeriti.es</a>	España	<a href="http://www.ecitravel.com">www.ecitravel.com</a>	EE.UU.
<a href="http://www.sportown.es">www.sportown.es</a>	España	<a href="https://reservaciones.tourmundial.mx">https://reservaciones.tourmundial.mx</a>	EE.UU.
<a href="http://www.latiendaencasa.es">www.latiendaencasa.es</a>	España	<a href="http://www.tourmundial.es">www.tourmundial.es</a>	España
<a href="http://www.supercor.es">www.supercor.es</a>	España	<a href="http://www.clubdevacaciones.es">www.clubdevacaciones.es</a>	España
<a href="http://www.sfera.com">www.sfera.com</a>	España	<a href="http://www.ventedemaraton.es">www.ventedemaraton.es</a>	España
<a href="http://www.viajeselcorteingles.es">www.viajeselcorteingles.es</a>	España	<a href="http://www.iecisa.com">www.iecisa.com</a>	España e Internacional
<a href="http://www.viagenselcorteingles.pt">www.viagenselcorteingles.pt</a>	Portugal	<a href="http://www.seguros.elcorteingles.es">www.seguros.elcorteingles.es</a>	España
<a href="http://www.viajeselcorteingles.com.ar">www.viajeselcorteingles.com.ar</a>	Argentina	<a href="http://www.seguros.elcorteingles.pt">www.seguros.elcorteingles.pt</a>	Portugal
<a href="http://chile.viajeselcorteingleslatam.com">chile.viajeselcorteingleslatam.com</a>	Chile	<a href="http://www.cerasa.es">www.cerasa.es</a>	España

## LA GESTIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES EN EL GRUPO EL CORTE INGLÉS

El contexto social y el mercado, un camino bidireccional para nuestro negocio.

Identificar y evaluar acertadamente los riesgos y oportunidades que se presentan es vital para nuestro desarrollo. De esta forma nuestro Sistema Interno de Gestión y Control de Riesgos es capaz de minimizar los efectos de cada amenaza y de convertir las dificultades en nuevas oportunidades de negocio.

## LA GESTIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES EN EL GRUPO EL CORTE INGLÉS

El Grupo El Corte Inglés está expuesto a diversos riesgos inherentes a las distintas áreas, actividades y negocios que desarrolla, siendo plenamente consciente de ello. A esos efectos contamos con un Sistema de Control y Gestión de Riesgos que trata de asegurar que los posibles problemas, ya sean actuales o emergentes, se identifiquen y midan, permitiendo implantar con la suficiente antelación las medidas de gestión necesarias que los mitiguen a fin de cumplir los objetivos estratégicos del Grupo.

El Sistema de Control y Gestión de Riesgos se basa en una adecuada definición y asignación de funciones y responsabilidades que incluye las estrategias, políticas, procesos y procedimientos de actuación e información necesarios para garantizar un nivel adecuado de control interno. El sistema se integra en la estructura organizativa y en el proceso de toma de decisiones de las personas que ejercen funciones fundamentales en el modelo de gobernanza del Grupo. El Consejo de Administración es responsable de este sistema de riesgos cuya implantación, formalización y supervisión se realiza con el apoyo de la Comisión de Auditoría y Control.

En el ejercicio 2019, los principales avances han sido:

- La actualización del Mapa de Riesgos Corporativo presentado en la Comisión de Auditoría y Control y aprobado posteriormente por el Consejo de Administración.
- La formalización del Sistema de Control y Gestión de Riesgos: la Política del Sistema de Control y Gestión de Riesgos se presentó a la Comisión de Auditoría y Control el 25 de febrero de 2020 y fue aprobada por el Consejo de Administración.
- La ampliación de los trabajos de riesgos en distintas áreas del Grupo.
- La creación de un grupo de trabajo para la revisión anual de riesgos derivados del cambio climático.

Además, si bien la declaración del Estado de Alarma por Covid-19 fue posterior al cierre de ejercicio, es importante destacar que el Mapa de Riesgos ha sido examinado por la CAC (Comisión de Auditoría y Control) en abril y mayo de 2020 (antes de formular cuentas y aprobar el Informe No Financiero 2019) y ha sido debidamente actualizado considerando las distintas acciones puestas en marcha dentro del Plan de Contingencia Covid-19 del Grupo El Corte Inglés.

## PRINCIPALES RIESGOS

El Sistema de Control y Gestión de Riesgos del Grupo El Corte Inglés está alineado con los estándares de referencia para este tipo de sistemas; en particular, con el Modelo COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission). Los riesgos que pueden afectar a la consecución de los objetivos del Grupo se definen en detalle, se analizan y priorizan considerando su importancia (valorada en términos de impacto económico y/o reputacional) y la probabilidad de que sucedan.

Principales riesgos identificados			
Estratégicos	Operativos	Financieros	De cumplimiento
Entorno sociopolítico	Cadena de suministro y logística	Financiación	Cumplimiento Normativo y Regulatorio:
Transformación digital y omnicanalidad	Mercancía para la venta	Fiscalidad Responsable	• Normativa Penal
Diálogo con clientes y otros grupos de interés	Sistemas y Tecnología: disponibilidad, integridad y seguridad	Información Financiera y de Gestión	• Normativa Transversal
Sostenibilidad, Cambio Climático y Reto Demográfico	Recursos Humanos y Gestión del Talento		
Gestión del Patrimonio Inmobiliario			

Para cada uno de los riesgos anteriores, y para el resto de riesgos en el alcance, el Sistema de Control y Gestión de Riesgos cuenta con una definición, una identificación de responsabilidades, criterios que determinan la tolerancia al riesgo de la organización, políticas y procedimientos aplicables, controles destinados a mitigar o reducir el riesgo a los niveles establecidos y procedimientos de monitorización y mejora continua.

## ESTRATÉGICOS

### Entorno sociopolítico

Un riesgo importante es la pérdida de poder adquisitivo del cliente como resultado de una recesión económica o por el aumento de las desigualdades sociales.

Los cambios en el entorno social, político, legal y regulatorio pueden tener un impacto significativo sobre las operaciones del Grupo cuya actividad principal es la distribución de bienes de consumo y servicios; como, por ejemplo, la presión fiscal, regulación del horario comercial o de los pagos en efectivo y cambios en la normativa laboral.

Para actuar con rapidez ante los cambios, el Grupo analiza los distintos escenarios proporcionados por diversos agentes y toma decisiones basadas en estos análisis de sensibilidad para reducir, en la medida de lo posible, los efectos adversos en las principales variables del Grupo.

### Transformación digital y omnicanalidad

Los cambios tecnológicos han facilitado la entrada de nuevos operadores con políticas comerciales muy agresivas, descuentos en precios y gran flexibilidad para hacer cambios.

El Corte Inglés desarrolla estrategias optimizando sus ventajas competitivas, como las ubicaciones preferentes en muchas localidades y la contrastada calidad del servicio al cliente. La experiencia de compra en la tienda se analiza y mejora continuamente con la implantación de nuevos servicios demandados por el cliente omnicanal: por ejemplo, Home Delivery, Click & Car, Click & Collect, Click & Express, devolución gratis en tienda, etc.

El Grupo cuenta con herramientas adecuadas para afrontar el rápido e imprescindible proceso de transformación digital y está permanentemente buscando la innovación, identificando nuevas tecnologías, invirtiendo directamente o mediante alianzas con socios estratégicos o plataformas digitales.

### Diálogo con clientes y otros grupos de interés

El diálogo fluido con clientes y otros grupos de interés es un generador de valor y de confianza, que se trabaja intensamente de diversas maneras.

La existencia de mensajes contrapuestos o no alineados podría generar dudas en la confianza de nuestros grupos de interés y, por tanto, afectar a la imagen y a la reputación. Para este tipo de situaciones contamos con herramientas de control como un modelo de medición de potenciales riesgos reputacionales, monitorización continua de medios y redes sociales, realización de encuestas, etc.

### Sostenibilidad, Cambio Climático y Reto Demográfico

La gestión sostenible es un concepto amplio donde se analizan y se monitorizan diversas actividades. El objetivo es lograr un desempeño responsable del negocio del Grupo. Entre los riesgos se incluyen los relacionados con el cumplimiento de estándares de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), con la adecuada gestión medioambiental, la eficiencia energética, los impactos sobre el medio ambiente y la adaptación a los efectos del cambio climático.

En el Grupo somos conscientes de que los efectos del cambio climático pueden tener consecuencias para el aprovisionamiento y para la venta, por lo que buscamos la reducción de los impactos sobre el medio ambiente y la adaptación a los efectos del cambio climático.

En el ámbito del aprovisionamiento, podría deberse, bien a la reducción de algunas materias primas esenciales para las producciones o, bien, a situaciones asociadas (cambios climáticos drásticos, reducción de la tierra fértil, etc.). Actualmente, el Grupo realiza un seguimiento de la mezcla entre los circuitos corto y largo, para mitigar la dependencia excesiva de países expuestos a las emisiones.

Respecto a la venta, los otoños inexistentes, los inviernos más calurosos, las primaveras más secas o veranos más prolongados, obligan a adaptar la oferta comercial a la nueva estacionalidad. Esta situación se mitiga con la gestión pormenorizada de los surtidos y del nivel de stocks por temporada.

Adicionalmente, la disminución de los habitantes en las ciudades españolas y la jubilación del "baby boom" con una pérdida importante de capacidad adquisitiva, hace del reto demográfico otro riesgo, que, como los anteriores, es tenido en cuenta en la estrategia del Grupo y para mitigarlo se llevan a cabo acciones tanto de corto como de medio y largo plazo.

## Gestión del Patrimonio Inmobiliario

La gestión de los inmuebles persigue la optimización de los mismos como resultado de la excelencia en la inversión, explotación, mantenimiento y, en su caso, desinversión. Para ello es importante tener en cuenta la fase del ciclo inmobiliario en la que nos encontramos y los cambios que esto implica (liquidez, precios, plazos de ejecución de operaciones, etc.). Para mitigar estos riesgos el Grupo El Corte Inglés cuenta con numerosas medidas y acciones que gestiona un equipo cualificado y experimentado en el sector inmobiliario.

## OPERATIVOS

### Cadena de suministro y logística

Los cambios en los hábitos de consumo del cliente, cada vez más omnicanal (demanda entregas más inmediatas) y socialmente más responsable, impactan en la compra y logística del Grupo. Nuestra cadena de suministro incluye múltiples tipos de mercancía, de diferentes orígenes y destinos; por este motivo, su gestión eficiente es clave para los resultados.

Para controlar los riesgos vinculados a esta situación contamos con una gestión transversal de los diferentes modelos logísticos, coordinando y optimizando todas las áreas involucradas con una planificación y previsión de demanda y aprovisionamiento de los puntos de venta a través de herramientas de última tecnología.

### Mercancía para la venta

Los riesgos de la mercancía para la venta incluyen aspectos como su valoración, la rotación, la posible obsolescencia y la pérdida desconocida (hurtos, mermas, errores, etc.), entre otros. Para el control y la gestión de este riesgo se llevan a cabo diversas acciones como pueden ser la automatización de la valoración de las existencias, el análisis continuo de rotación de mercancía y revisión de surtidos en función de la venta o la implantación de etiquetas de radiofrecuencia (RFID) en la cadena de suministro.

### Sistemas y Tecnología (disponibilidad, integridad y seguridad)

Desde un punto de vista operativo, situaciones como la falta de continuidad del servicio informático o el incremento de tiempos de respuesta deben ser controladas y mitigadas. Este riesgo puede tener importantes implicaciones económicas, legales o reputacionales.

Como actividades de control y gestión relacionadas con la ciberseguridad, la protección de datos y el funcionamiento de los sistemas con los adecuados niveles de calidad, podemos destacar la existencia de una Política General de Seguridad de la Información y de un Sistema de Gestión de Identidades, definidos por el Comité de Seguridad de la Información.

Otras acciones se refieren a la adecuada gestión del Centro de Procesamiento de Datos (CPD), que cuenta con garantías de continuidad del servicio, como planes de contingencia, servicios críticos replicados, existencia de varios CPD separados, etc. Complementariamente se ha establecido redundancia en las comunicaciones, sistemas automatizados de alerta frente a accesos masivos no autorizados a sistemas, etc.

### Recursos Humanos y Gestión del talento

El compromiso de los trabajadores con los objetivos y la cultura corporativa (reflejada en el Código Ético), así como su valoración y expectativas de desarrollo profesional, son aspectos fundamentales en la gestión de Recursos Humanos. El ámbito de actuación de esta área también incluye la gestión de derechos y obligaciones, así como la relación con trabajadores de empresas subcontratadas.

Adicionalmente, es importante cumplir con todo lo previsto en la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, y sus actualizaciones posteriores, sobre Prevención de Riesgos Laborales (PRL).

Desde Recursos Humanos, en colaboración con otras áreas, se realizan actuaciones de control y gestión de estos riesgos, que se describen con más detalle en el apartado "Equipo Comprometido" de este mismo informe.

---

**FINANCIEROS**

---

**Financiación**

Las actividades del Grupo están expuestas a diversos riesgos financieros: riesgo de mercado (incluyendo tipo de cambio, tipo de interés y de precio), riesgo de crédito y de liquidez. La gestión de estos se centra en la incertidumbre de los mercados financieros, tratando de minimizar los efectos potenciales adversos que puedan tener consecuencias para la rentabilidad del Grupo.

**Fiscalidad Responsable**

Bajo este concepto se recogen los riesgos derivados de la posible adopción de decisiones incorrectas de naturaleza fiscal que generen pasivos contingentes, sanciones, activos fiscales a largo plazo o críticas de nuestros grupos de interés, que presionan por una gestión solidaria de la tributación a nivel local, autonómico, nacional e internacional.

El Grupo tiene implantados, y aplica, diversos controles, tanto automáticos como manuales y de naturaleza preventiva y de detección gracias a los cuales se ha conseguido un resultado positivo en las inspecciones fiscales.

**Información Financiera y de Gestión**

La calidad de la información es fundamental para que pueda ser utilizada de forma efectiva y eficiente en la toma de decisiones. Por tanto, resulta imprescindible que el Grupo trabaje con información correcta, tanto financiera como de gestión.

Desde el área Financiera y de Control de Gestión, el Grupo ha puesto en marcha proyectos destinados a disponer de información fiable en el momento oportuno.

En relación con la Información Financiera, El Corte Inglés tiene implantando un Sistema de Control Interno de la Información Financiera (SCIIF) alineado con los requerimientos de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

**DE CUMPLIMIENTO**

---

Ante la amplitud de normativas aplicables, el Grupo cuenta con un área de Cumplimiento que trabaja con toda la organización para el análisis, identificación, medición y supervisión de los diferentes riesgos de esta naturaleza. El área de Cumplimiento ha establecido dos grandes bloques:

- Penal: centrado en todos los riesgos de incumplimiento según la tipificación recogida en el Código Penal.
  - Normativa transversal analiza todos los riesgos de normativas específicas que afectan a diversas áreas del Grupo.
-



## **SOBRE ESTE INFORME**

El presente Informe No Financiero del Grupo El Corte Inglés 2019 incluye la información social, medioambiental y de gobierno corporativo más relevante de todas las actividades del Grupo referente al ejercicio comprendido entre el 1 de marzo de 2019 y el 29 de febrero de 2020.

A lo largo de este documento, que constituye uno de nuestros pilares de diálogo con nuestros grupos de interés, presentamos nuestro marco de gestión y de desempeño en el ámbito de la información de RSC y Sostenibilidad que pueden influir significativamente en la toma de decisiones de dichos grupos de interés. Nuestro objetivo es ofrecer una visión integrada de nuestra actividad, poniendo el foco en los asuntos materiales que nos permiten seguir contribuyendo a la creación de valor a corto, medio y largo plazo en los distintos entornos en los cuales llevamos a cabo nuestro negocio.

El presente documento ha sido preparado con el fin de mejorar la coherencia y comparabilidad de la información no financiera respecto al ejercicio anterior, relativa a cuestiones medioambientales y sociales, así como las referidas al personal, respeto a los derechos humanos, la ética y la transparencia, y al buen gobierno corporativo. Para la elaboración de este documento se ha tenido en cuenta, por segundo año consecutivo, la Ley 11/2018 sobre divulgación de información no financiera y diversidad y se han seguido las directrices del Global Reporting Initiative (GRI), en su versión *GRI Standards* bajo la opción esencial. Para asegurar la calidad de este informe se han aplicado los principios recomendados por GRI y que se detallan en el apartado “*Principios seguidos en la elaboración del presente Informe*”. Asimismo, se ha tomado como referencia el Pacto Mundial de Naciones Unidas, del que El Corte Inglés es socio adherido desde 2002.

### ALCANCE Y COBERTURA

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

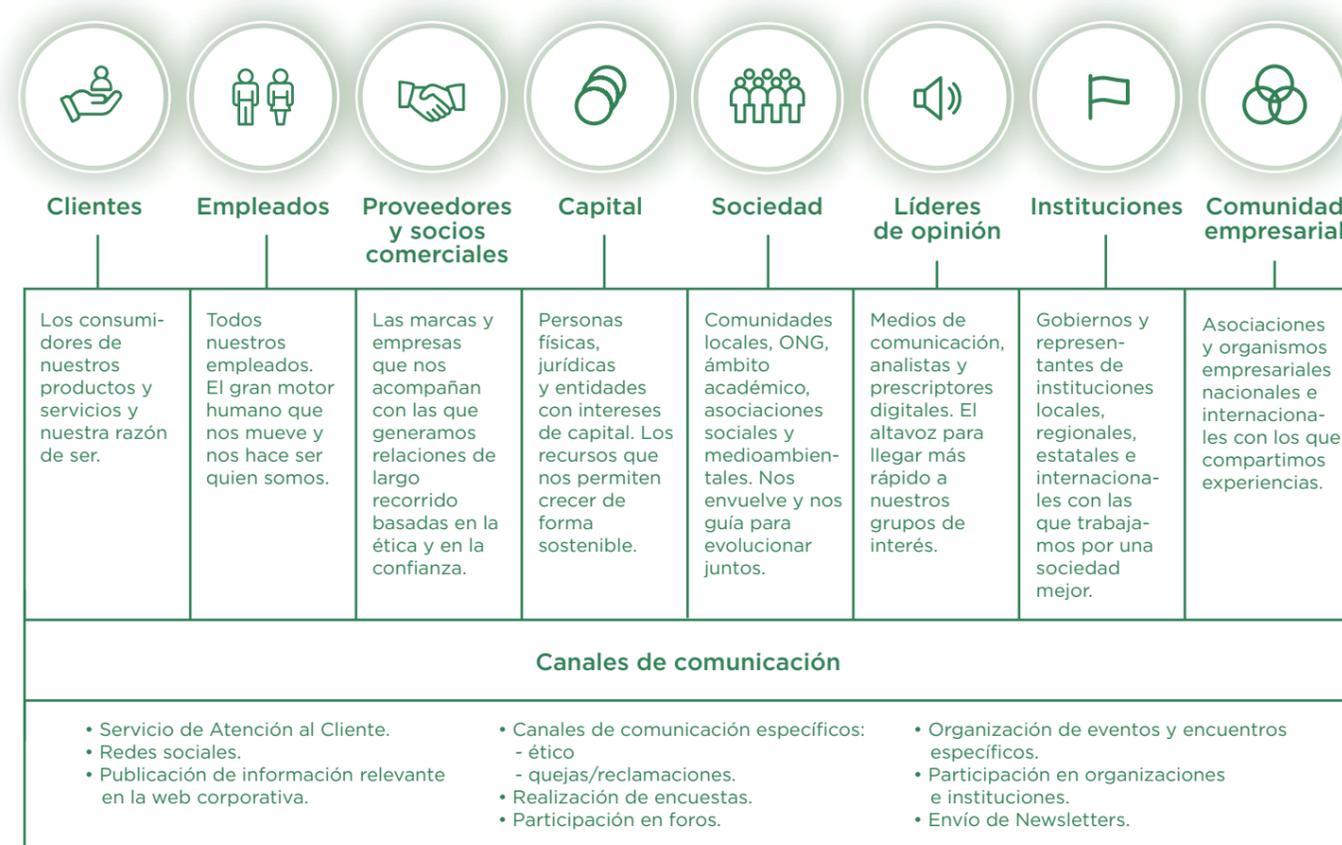
### Principios seguidos en la elaboración del presente informe

<b>Principios de contenido</b>	Inclusión de los grupos de interés	El Grupo El Corte Inglés mantiene un diálogo continuo con todos sus grupos de interés a través de distintos canales de comunicación para conocer sus expectativas e identificar las áreas de la gestión del Grupo que consideran más relevantes.
	Contexto de sostenibilidad	El Grupo está plenamente comprometido con la sostenibilidad y la RSC, reflejado en acciones como el Movimiento por la Sostenibilidad por el que busca involucrar a sus grupos de interés en el reto de construir un entorno más saludable, sostenible y próspero para el planeta. A lo largo del informe se explica el enfoque de gestión para los distintos ámbitos de la sostenibilidad y cómo crea valor el Grupo para sus grupos de interés.
	Materialidad	El Grupo ha llevado a cabo un nuevo análisis de materialidad con un elevado nivel de detalle, tanto a nivel Grupo como por cada una de sus líneas de negocio que lo componen. Este análisis ha servido para definir con mayor exactitud los contenidos más relevantes a incluir en este informe, así como las líneas estratégicas en RSC y Sostenibilidad para el futuro.
	Exhaustividad	A lo largo del presente documento se abordan los temas materiales identificados en el análisis, reflejando también los impactos asociados.
<b>Principios de calidad</b>	Precisión	La información contenida en el presente documento es precisa en términos cualitativos y cuantitativos para que todos los grupos de interés de El Corte Inglés puedan valorar y analizar nuestro desempeño en el ámbito de RSC y Sostenibilidad.
	Equilibrio	En el informe se recogen las principales cuestiones vinculadas con los temas relevantes identificados en el análisis de materialidad y que forman parte del modelo de negocio de El Corte Inglés.
	Claridad	Se ha trabajado desde todas las áreas para presentar la información de forma comprensible, ordenada, clara y accesible para los grupos de interés.
	Comparabilidad	La información se presenta conforme a estándares internacionales y, a través de las distintas secciones, se han ido estableciendo comparaciones de indicadores con respecto al año anterior, para poder evaluar el desempeño del Grupo en determinadas cuestiones relevantes.
	Fiabilidad	El Grupo El Corte Inglés lleva varios años elaborando el presente Informe No Financiero, siendo verificado externamente por un tercero independiente.
	Puntualidad	Anualmente El Corte Inglés publica el Informe No Financiero, poniéndolo a disposición de todos sus grupos de interés.

### DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

En el ejercicio 2019 se realizó una revisión del mapa de grupos de interés para mejorar nuestro diálogo y comunicación con todos ellos. Este trabajo se realizó en el marco de la actualización del nuevo análisis de materialidad para la identificación de las cuestiones más relevantes para el Grupo El Corte Inglés en materia de RSC y Sostenibilidad.

### Mapa de grupos de interés 2019



Además, es importante destacar que El Corte Inglés cuenta desde 2005 con un diálogo estable y permanente con un grupo de trabajo de partes interesadas en el que están representadas organizaciones de consumidores, sindicales, medioambientales, ONG y representantes del mundo académico. Este grupo ha tenido dos reuniones formales en el ejercicio 2019.

Un hito relevante del ejercicio fue la realización de una jornada de participación activa de partes interesadas celebrada el 27 de febrero de 2020 en el espacio de Ámbito Cultural del centro de Callao en Madrid. Esta jornada sirvió para compartir los primeros datos del análisis de materialidad con más de 50 representantes de distintos grupos de interés, ampliando así la escucha activa más allá del grupo de trabajo habitual. La jornada permitió recabar comentarios y propuestas que se tendrán en cuenta en el momento de diseñar el siguiente Plan Director de RSC.

### ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

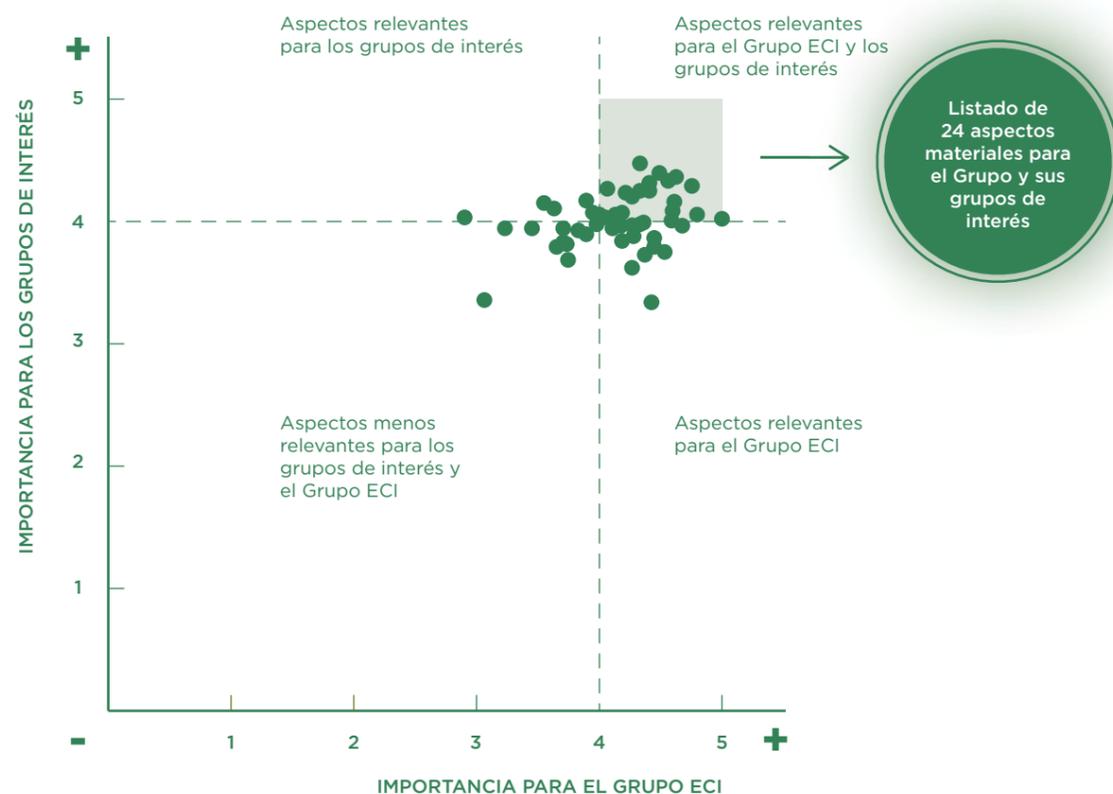
Durante el ejercicio 2019 llevamos a cabo, con apoyo de una consultora externa, la realización de un nuevo análisis de materialidad, tanto a nivel Grupo El Corte Inglés como para cada una de sus líneas de negocio: *retail*, Viajes, Seguros e Informática. El objetivo era actualizar e identificar nuevos aspectos materiales para el Grupo El Corte Inglés y sus grupos de interés con respecto al anterior análisis, tanto desde el prisma de la comunicación y el diálogo como desde el de la estrategia en RSC y Sostenibilidad, a partir del cual se han delimitado los aspectos sobre los que se informa en el presente documento.

A lo largo del análisis de materialidad se evaluaron 50 aspectos diferentes y se realizaron actividades como:

- Encuestas y entrevistas a prescriptores de grupos de interés.
- Entrevistas internas a profesionales del Grupo.
- Revisión del marco regulatorio y las tendencias sectoriales
- Análisis de los requerimientos de índices de sostenibilidad y estándares de reporte de información no financiera.

A partir de este análisis se identificaron los 24 temas más relevantes englobados en torno a 4 grandes ámbitos, que son las prioridades del Grupo en materia de RSC y Sostenibilidad: Producto, Planeta, Progreso y Personas.

### 50 aspectos evaluados, a nivel de Grupo y por línea de negocio



Se considera que los aspectos materiales son aquellos con >75% de la nota máxima (en una escala de 1 a 5)

### Listado de 24 aspectos materiales para el Grupo y sus grupos de interés

Universo	Ámbito	Aspectos materiales
Producto	Bienestar y satisfacción del cliente	Atención al cliente y excelencia en el servicio
		Fidelización de clientes
	Cumplimiento Normativo	Ciberseguridad y seguridad de la información
		Confidencialidad y protección de datos
		Normativa de consumo
	Productos y servicios responsables	Seguridad de producto
		Adaptación, promoción, información transparente y fomento de hábitos de consumo responsable
		Ecodiseño e innovación sostenible de productos y servicios
		Criterios ASG en las inversiones*
		Derechos humanos en la cadena de suministro
Planeta	Cambio Climático	Riesgos del Cambio Climático
		Envases y embalajes sostenibles
	Economía Circular	Residuo Cero
		Buenas prácticas de gobierno corporativo y comportamiento ético
		Fiscalidad responsable
Progreso	Buen Gobierno y Transparencia	Prevención del blanqueo de capitales
		Desempeño económico responsable
	Desempeño responsable e impacto socioeconómico de la actividad	Identidad de Marca (propósito y valores de la marca corporativa)
		Marca
Personas	Equipo Comprometido	Conciliación laboral, personal, familiar y corresponsabilidad
		Seguridad y salud laboral

\* Aspecto material específico de Seguros El Corte Inglés

**VERIFICACIÓN EXTERNA**

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

La información no financiera incluida en este informe ha sido verificada por EY, según el alcance y términos expresados en su informe de verificación independiente del Informe No Financiero del Grupo El Corte Inglés 2019.

**CUMPLIMIENTO DE LA REGULACIÓN DE REPORTING DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA**

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

Este Informe cumple con los mismos criterios de aprobación, depósito y publicación que el Informe de Gestión, ambos aprobados por el Consejo de Administración. De esta manera, se traslada también el carácter estratégico de la sostenibilidad dentro de las prioridades del máximo órgano de gobierno.

**CANALES DE COMUNICACIÓN Y CONTACTO**

En el compromiso del Grupo de mantener un diálogo y una comunicación fluida con sus grupos de interés, a continuación, se detallan varios canales de comunicación a disposición de los mismos.

**Contacto global:**

Grupo El Corte Inglés  
Hermosilla, 112  
28009 Madrid  
[www.elcorteingles.es](http://www.elcorteingles.es)

**Canales específicos de comunicación****Comercio electrónico**

**Teléfono:**  
900 373 111  
A su disposición  
los 365 días del año  
**Correo electrónico:**  
[clientes@elcorteingles.es](mailto:clientes@elcorteingles.es)

**Información general sobre El Corte Inglés**

**Teléfono:**  
901 122 122  
De lunes a sábado de 9:00 a 22:00h  
Domingos de 10:00 a 21:00h  
**Correo electrónico:**  
[servicio\\_clientes@elcorteingles.es](mailto:servicio_clientes@elcorteingles.es)

**Medios de comunicación, patrocinio y mecenazgo**

Servicio exclusivo para los medios de comunicación y para temas relacionados con patrocinio y mecenazgo

**Teléfono de centralita:**  
914 018 500  
De lunes a viernes de 9:30 a 14:00h y de  
16:00 a 18:30h  
**Correo electrónico comunicación:**  
[comunicacionelcorteingles@elcorteingles.es](mailto:comunicacionelcorteingles@elcorteingles.es)  
**Correo electrónico patrocinio:**  
[patrocinio@elcorteingles.es](mailto:patrocinio@elcorteingles.es)

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

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>GRI 102: CONTENIDOS GENERALES</b>			
<b>Perfil de la Organización</b>			
<b>102-1</b> Nombre de la organización		<ul style="list-style-type: none"> <li>Sobre este informe (p.187-193).</li> </ul>	
<b>102-2</b> Actividades, marcas, productos y servicios	<ul style="list-style-type: none"> <li>Descripción del modelo de negocio del grupo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El Grupo El Corte Inglés en cifras (p.7-9).</li> <li>Carta de la Presidenta (p.11-13).</li> <li>Grupo El Corte Inglés. Nuestro modelo de negocio (p. 17).</li> <li>El cliente. La oferta más diversa y de máxima calidad (p.43-48).</li> <li>Comentarios por líneas de negocio (p.147-177).</li> </ul>	
<b>102-3</b> Localización de la sede		<ul style="list-style-type: none"> <li>Sobre este informe (p.187-193).</li> </ul>	
<b>102-4</b> Ubicación de las operaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>Descripción del modelo de negocio del grupo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grupo El Corte Inglés. Nuestro modelo de negocio (p.17).</li> <li>Cadena de suministro. Una cadena de suministro global y diversificada (p.104).</li> <li>Comentarios por líneas de negocio. Implantación del Grupo El Corte Inglés (p.174-177).</li> </ul>	
<b>102-5</b> Propiedad y forma jurídica		<ul style="list-style-type: none"> <li>Sobre este informe (p.187-193).</li> </ul>	
<b>102-6</b> Mercados servidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Descripción del modelo de negocio del grupo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Carta de la Presidenta (p.11-13)</li> <li>Grupo El Corte Inglés. Nuestro modelo de negocio (p.17).</li> <li>Comentarios por líneas de negocio (p.147-177).</li> </ul>	
<b>102-7</b> Tamaño de la organización	<ul style="list-style-type: none"> <li>Descripción del modelo de negocio del grupo.</li> <li>Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El Grupo El Corte Inglés en cifras (p.7-9).</li> <li>Grupo El Corte Inglés. Nuestro modelo de negocio (p.17).</li> <li>Equipo comprometido. Nuestro equipo (p.66-72).</li> <li>Comentarios por líneas de negocio (p.147-177).</li> </ul>	

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>102-8</b> Información sobre empleados y otros trabajadores <b>Marco interno:</b> descripción cuantitativa y cualitativa del sistema de RR.HH.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.</li> <li>Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.</li> <li>Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional.</li> <li>Organización del tiempo de trabajo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo comprometido. Nuestro equipo en 2019 (p.66-72).</li> <li>Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.80-83)</li> <li>Comentarios por líneas de negocio (p.147-177).</li> </ul>	La evolución de los datos de promedio anual de contratos debe compararse con los datos de plantilla a cierre del ejercicio 2018, dado que en el presente informe se incluyen por primera vez los datos de promedios anuales.
<b>102-9</b> Cadena de suministro <b>Marco interno:</b> descripción cualitativa de la consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cadena de suministro. (p.91-105).</li> </ul>	
<b>102-10</b> Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro		<ul style="list-style-type: none"> <li>Carta de la Presidenta (p.11-13).</li> <li>El Grupo El Corte Inglés en cifras (p.7-9).</li> <li>Grupo El Corte Inglés. Nuestro modelo de negocio (p.17).</li> </ul>	
<b>102-11</b> Principio o enfoque de precaución	<ul style="list-style-type: none"> <li>Principales riesgos relacionados con cuestiones medioambientales.</li> <li>Procedimientos de evaluación o certificación ambiental.</li> <li>Aplicación del principio de precaución en cuestiones medioambientales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El cliente. La oferta más diversa y de máxima calidad (p.43-48).</li> <li>Cadena de suministro (p.91-105).</li> <li>Medio Ambiente (p.107-127).</li> <li>La gestión de riesgos y oportunidades en el Grupo El Corte Inglés (p.179-185).</li> </ul>	
<b>102-12</b> Iniciativas externas		<ul style="list-style-type: none"> <li>Sociedad. Participación activa en organizaciones e instituciones (p.144).</li> </ul>	
<b>102-13</b> Afilación a asociaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acciones de asociación o patrocinio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grupo El Corte Inglés. Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (p.20-21).</li> <li>Sociedad. Participación activa en organizaciones e instituciones (p.144).</li> </ul>	

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>Estrategia</b>			
<b>102-14</b> Declaración de altos ejecutivos Responsables de la toma de decisiones		<ul style="list-style-type: none"> <li>Carta de la Presidenta (p.11-13).</li> </ul>	
<b>102-15</b> Principales impactos, riesgos y oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>Descripción del modelo de negocio del Grupo.</li> <li>Principales riesgos relacionados con cuestiones medioambientales.</li> <li>Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, en la salud y la seguridad.</li> <li>Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático.</li> <li>Principales riesgos relacionados con cuestiones sociales y relativas al personal.</li> <li>Principales riesgos sobre el respeto de los derechos humanos.</li> <li>Principales riesgos relativos a la lucha contra la corrupción y el soborno.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Carta de la Presidenta (p.11-13).</li> <li>Buen gobierno corporativo. Cumplimiento normativo (p.31-34).</li> <li>Cadena de suministro. Resultados de la aplicación del Sistema de Gestión responsable (p.96-99).</li> <li>Medio Ambiente (p.107-127).</li> <li>La gestión de riesgos y oportunidades en el Grupo El Corte Inglés (p.179-185).</li> </ul>	
<b>Ética e integridad</b>			
<b>102-16</b> Valores, principios, estándares y normas de conducta		<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Nuestros principios, valores y compromisos (p.25-26).</li> </ul>	
<b>102-17</b> Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Denuncias por casos de vulneraciones de derechos humanos.</li> <li>Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Nuestros principios, valores y compromisos (p.25-26).</li> <li>El cliente. La mejora continua y el diálogo permanente (p.50-54).</li> <li>Cadena de suministro. Respeto de los derechos humanos (p.100-103).</li> </ul>	

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>Gobernanza</b>			
<b>102-18</b> Estructura de gobernanza		<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Nuestro modelo de gobierno corporativo (p.27-30).</li> </ul>	
<b>102-19</b> Delegación de autoridad		<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Nuestro modelo de gobierno corporativo (p.27-30).</li> </ul>	
<b>102-20</b> Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales		<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Nuestro modelo de gobierno corporativo (p.27-30).</li> </ul>	
<b>102-21</b> Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales		<ul style="list-style-type: none"> <li>Sobre este informe (p.187-193).</li> </ul>	
<b>102-22</b> Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités		<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Nuestro modelo de gobierno corporativo (p.27-30).</li> </ul>	
<b>102-23</b> Presidente del máximo órgano de gobierno		<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Nuestro modelo de gobierno corporativo (p.27-30).</li> </ul>	
<b>102-24</b> Nominación y selección del máximo órgano de gobierno		<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Nuestro modelo de gobierno corporativo (p.27-30).</li> </ul>	
<b>102-25</b> Conflictos de intereses		<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Nuestros principios, valores y compromisos (p.25-26).</li> <li>Buen gobierno corporativo. Cumplimiento normativo (p.31-34).</li> </ul>	
<b>102-26</b> Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia		<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Nuestro modelo de gobierno corporativo (p.27-30).</li> </ul>	
<b>102-27</b> Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno		<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Nuestro modelo de gobierno corporativo (p.27-30).</li> <li>Buen gobierno corporativo. Cumplimiento normativo (p.31-34).</li> </ul>	
<b>102-28</b> Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno		<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Nuestro modelo de gobierno corporativo (p.27-30).</li> </ul>	

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>102-29</b> Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, en la salud y la seguridad.</li> <li>Procedimientos de evaluación o certificación ambiental.</li> <li>Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medio Ambiente (p.107-127).</li> <li>La gestión de riesgos y oportunidades en el Grupo El Corte Inglés (p.179-185).</li> </ul>	
<b>102-30</b> Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Principales riesgos relacionados con cuestiones medioambientales.</li> <li>Procedimientos de evaluación o certificación ambiental.</li> <li>Principales riesgos relacionados con cuestiones sociales y relativas al personal.</li> <li>Principales riesgos sobre el respeto de los derechos humanos.</li> <li>Principales riesgos relativos a la lucha contra la corrupción y el soborno.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cadena de suministro. Resultados de la aplicación del Sistema de Gestión responsable (p.96-99).</li> <li>Medio Ambiente (p.107-127).</li> <li>La gestión de riesgos y oportunidades en el Grupo El Corte Inglés (p.179-185).</li> </ul>	
<b>102-31</b> Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, en la salud y la seguridad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Nuestro modelo de gobierno corporativo (p.27-30).</li> <li>Medio Ambiente (p.107-127).</li> </ul>	
<b>102-32</b> Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad		<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Nuestro modelo de gobierno corporativo (p.27-30).</li> </ul>	
<b>102-33</b> Comunicación de preocupaciones críticas		<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Nuestro modelo de gobierno corporativo (p.27-30).</li> <li>La gestión de riesgos y oportunidades en el Grupo El Corte Inglés (p.179-185)</li> </ul>	
<b>102-34</b> Naturaleza y número total de preocupaciones críticas		<ul style="list-style-type: none"> <li>La gestión de riesgos y oportunidades en el Grupo El Corte Inglés (p.178-185).</li> </ul>	
<b>102-35</b> Políticas de remuneración <b>Marco interno:</b> sistema interno de RRHH del Grupo El Corte Inglés	<ul style="list-style-type: none"> <li>Políticas sobre cuestiones sociales y relativas al personal.</li> <li>Remuneración media de los consejeros y directivos, desagregada por sexo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Nuestro modelo de gobierno corporativo (p.27-30).</li> <li>Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.80-83).</li> </ul>	

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>102-36</b> Proceso para determinar la remuneración <b>Marco interno:</b> sistema interno de RRHH del Grupo El Corte Inglés	<ul style="list-style-type: none"> <li>Remuneración media de los consejeros y directivos, desagregada por sexo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Nuestro modelo de gobierno corporativo (p.27-30).</li> </ul>	
<b>102-37</b> Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración		<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo Comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.80-83).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En nuestro Grupo estamos sujetos a la Negociación Colectiva, con representación sindical en los diferentes sectores de nuestra actividad, donde se determina la retribución en sus distintos conceptos. Todo ello con conocimiento de nuestros Comités de Empresa.</li> </ul>
<b>Participación de los grupos de interés</b>			
<b>102-40</b> Lista de grupos de interés		<ul style="list-style-type: none"> <li>Sobre este Informe (p.187-193).</li> </ul>	
<b>102-41</b> Acuerdos de negociación colectiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.80-83).</li> </ul>	
<b>102-42</b> Identificación y selección de grupos de interés		<ul style="list-style-type: none"> <li>Sobre este Informe (p.187-193).</li> </ul>	
<b>102-43</b> Enfoque para la participación de los grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organización del diálogo social.</li> <li>Relaciones mantenidas con las comunidades locales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sobre este Informe (p.187-193).</li> <li>Política Corporativa de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). <a href="https://www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es/">https://www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es/</a></li> </ul>	
<b>102-44</b> Temas y preocupaciones clave mencionados		<ul style="list-style-type: none"> <li>Sobre este Informe (p.187-193).</li> <li>La gestión de riesgos y oportunidades en el Grupo El Corte Inglés (p.179-185)</li> </ul>	

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>Prácticas para la elaboración de informes</b>			
<b>102-45</b> Entidades incluidas en los estados financieros consolidados		<ul style="list-style-type: none"> <li>Sobre este Informe (p.187-193).</li> </ul>	
<b>102-46</b> Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema		<ul style="list-style-type: none"> <li>Sobre este Informe (p.187-193).</li> </ul>	
<b>102-47</b> Lista de temas materiales		<ul style="list-style-type: none"> <li>Sobre este Informe (p.187-193).</li> </ul>	
<b>102-48</b> Reexpresión de la información		<ul style="list-style-type: none"> <li>Ver notas de los capítulos: El cliente. La mejora continua y el diálogo permanente (p.50-54).</li> <li>Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.80-83).</li> <li>Cadena de suministro. Nuestra cadena de suministro (p.94),</li> </ul>	
<b>102-49</b> Cambios en la elaboración de informes		<ul style="list-style-type: none"> <li>Sobre este Informe (p.187-193).</li> </ul>	
<b>102-50</b> Periodo objeto del informe		<ul style="list-style-type: none"> <li>Sobre este Informe (p.187-193).</li> </ul>	
<b>102-51</b> Fecha del último informe			<ul style="list-style-type: none"> <li>Agosto 2019.</li> </ul>
<b>102-52</b> Ciclo de elaboración de informes		<ul style="list-style-type: none"> <li>Sobre este Informe (p.187-193).</li> </ul>	
<b>102-53</b> Punto de contacto para preguntas sobre el informe		<ul style="list-style-type: none"> <li>Sobre este Informe (p.187-193).</li> </ul>	
<b>102-54</b> Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI		<ul style="list-style-type: none"> <li>Sobre este Informe (p.187-193).</li> </ul>	
<b>102-55</b> Índice de contenidos GRI		<ul style="list-style-type: none"> <li>Índices de contenidos requeridos por la ley 11/2018 e indicadores GRI (p.195-219)</li> </ul>	
<b>102-56</b> Verificación externa		<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe de verificación independiente del Informe no financiero consolidado (p.221-223).</li> </ul>	

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>CONTENIDOS TEMÁTICOS</b>			
<b>Temas Económicos</b>			
<b>Desempeño Económico</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión		<ul style="list-style-type: none"> <li>Carta de la Presidenta (p.11-13).</li> <li>Sociedad. Generación de valor económico y social (p.133).</li> <li>Comentario por líneas de negocio. Principales cifras económicas Grupo El Corte Inglés (p.149).</li> </ul>	
<b>201-1</b> Valor económico directo generado y distribuido <b>Marco interno:</b> cuantía de beneficios pagados	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impuestos sobre beneficios pagados.</li> <li>Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.</li> <li>Beneficios obtenidos por país.</li> <li>Acciones de asociación o patrocinio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sociedad. Generación de valor económico y social (p.133).</li> <li>Sociedad. Vinculación con la sociedad (p.136).</li> <li>Sociedad. Participación activa en organizaciones e instituciones (p.144).</li> </ul>	
<b>201-2</b> Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	<ul style="list-style-type: none"> <li>Principales riesgos relacionados con cuestiones medioambientales.</li> <li>Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medio Ambiente (p.119-125).</li> </ul>	
<b>201-3</b> Obligaciones del Plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Remuneración media de los consejeros y directivos, desagregada por sexo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Nuestro modelo de gobierno corporativo (p.27-30).</li> <li>GRI 201-3. Ver Cuentas Anuales Consolidadas, nota 24.</li> </ul>	
<b>201-4</b> Asistencia financiera recibida del gobierno	<ul style="list-style-type: none"> <li>Subvenciones públicas recibidas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sociedad. Generación de valor económico y social (p.133).</li> </ul>	
<b>Presencia en el mercado</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Descripción del modelo de negocio del Grupo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Carta de la Presidenta (p.11-13).</li> <li>Grupo El Corte Inglés. Nuestro modelo de negocio (p.17).</li> <li>Comentarios por líneas de negocio (p.147-177).</li> </ul>	
<b>202-1</b> Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	<ul style="list-style-type: none"> <li>Remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.80-83).</li> </ul>	

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>202-2</b> Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local			<ul style="list-style-type: none"> <li>El principal país donde opera el Grupo El Corte Inglés es España. Por ello, la mayor parte del equipo directivo es de nacionalidad española.</li> </ul>
<b>Impactos económicos indirectos</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.</li> <li>Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sociedad. Generación de valor económico y social (p.133).</li> <li>Sociedad. Vinculación con la sociedad (p.136).</li> <li>Sociedad. Apoyo social (p.145).</li> </ul>	
<b>203-1</b> Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.</li> <li>Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio.</li> <li>Acciones de asociación o patrocinio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sociedad. Vinculación con la sociedad (p.136).</li> <li>Sociedad. Participación activa en organizaciones e instituciones (p.144).</li> <li>Sociedad. Apoyo social (p.145).</li> </ul>	
<b>203-2</b> Impactos económicos indirectos significativos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.</li> <li>Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.</li> <li>Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sociedad (p.129-145).</li> </ul>	
<b>Prácticas de adquisición</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inclusión de cuestiones ASG en la política de compras.</li> <li>Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cadena de suministro. Resultados de la aplicación del Sistema de Gestión responsable (p.96-99).</li> <li>Cadena de suministro. Una cadena de suministro global y diversificada (p.104).</li> </ul>	
<b>204-1</b> Proporción de gasto en proveedores locales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cadena de suministro. Nuestra cadena de suministro (p.94).</li> </ul>	

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>Anticorrupción</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Políticas relativas a la lucha contra la corrupción y el soborno.</li> <li>Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.</li> <li>Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Nuestros principios, valores y compromisos (p.25-26).</li> <li>Buen gobierno corporativo. Cumplimiento normativo (p.31-34).</li> </ul>	
<b>205-1</b> Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	<ul style="list-style-type: none"> <li>Principales riesgos relativos a la lucha contra la corrupción y el soborno.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Cumplimiento normativo (p.31-34).</li> <li>Cadena de suministro. Resultados de la aplicación del Sistema de Gestión responsable (p.96-99).</li> </ul>	
<b>205-2</b> Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.</li> <li>Políticas relativas a la lucha contra la corrupción y el soborno.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Nuestros principios, valores y compromisos (p.25-26).</li> <li>Buen gobierno corporativo. Cumplimiento normativo (p.31-34).</li> <li>Cadena de suministro. Respeto a los derechos humanos (p.100-103).</li> </ul>	
<b>205-3</b> Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Cumplimiento normativo (p.31-34).</li> </ul>	
<b>Competencia desleal</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión		<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Cumplimiento normativo (p.31-34).</li> </ul>	
<b>206-1</b> Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopolísticas y contra la libre competencia			<ul style="list-style-type: none"> <li>Durante 2019 no se han recibido sanciones económicamente significativas por incumplimiento de la normativa en relación con cuestiones de competencia desleal, anticompetencia y prácticas monopolísticas.</li> </ul>

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>Temas Ambientales</b>			
<b>Materiales</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Economía circular. Medidas de prevención y gestión de residuos. Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.</li> <li>Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medio ambiente. Economía circular (p.110-118).</li> <li>Sociedad. Vinculación con la Sociedad (p.136)</li> </ul>	
<b>301-1</b> Materiales utilizados por peso o volumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Economía circular. Medidas de prevención y gestión de residuos.</li> <li>Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medio ambiente. Economía circular (p.110-118).</li> </ul>	
<b>301-2</b> Insumos reciclados	<ul style="list-style-type: none"> <li>Economía circular. Medidas de prevención y gestión de residuos.</li> <li>Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medio ambiente. Economía circular (p.110-118).</li> </ul>	
<b>301-3</b> Productos reutilizados y materiales de envasado	<ul style="list-style-type: none"> <li>Economía circular. Medidas de prevención y gestión de residuos.</li> <li>Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medio ambiente. Economía circular (p.110-118).</li> </ul>	

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>Energía</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energía: Consumo, directo e indirecto. Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética. Uso de energías renovables.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medio ambiente. Lucha contra el cambio climático (p.119-125).</li> </ul>	
<b>302-1</b> Consumo energético dentro de la organización	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energía: Consumo, directo e indirecto. Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética. Uso de energías renovables.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medio ambiente. Lucha contra el cambio climático (p.119-125).</li> </ul>	
<b>302-3</b> Intensidad energética	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energía: Consumo, directo e indirecto. Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética. Uso de energías renovables.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medio ambiente. Lucha contra el cambio climático (p.119-125).</li> </ul>	
<b>302-4</b> Reducción del consumo energético	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas para prevenir la contaminación.</li> <li>Energía: Consumo, directo e indirecto. Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética. Uso de energías renovables.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grupo El Corte Inglés. Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (p.20-21).</li> <li>Medio ambiente. Lucha contra el cambio climático (p.119-125).</li> </ul>	
<b>302-5</b> Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas para prevenir la contaminación.</li> <li>Energía: Consumo, directo e indirecto. Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética. Uso de energías renovables.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El Cliente. Nuestro Movimiento por la Sostenibilidad (p.55-61).</li> <li>Medio ambiente. Lucha contra el cambio climático (p.119-125).</li> </ul>	
<b>Agua</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consumo y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medio ambiente. Por una gestión sostenible del agua (p.126).</li> </ul>	
<b>303-1</b> Extracción de agua por fuente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consumo y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medio ambiente. Por una gestión sostenible del agua (p.126).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El abastecimiento de agua del Grupo proviene de redes de abastecimiento públicas y autorizadas.</li> </ul>
<b>303-2</b> Fuentes de agua significativamente afectadas por la extracción de agua	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consumo y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medio ambiente. Por una gestión sostenible del agua (p.126).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El abastecimiento de agua del Grupo proviene de redes de abastecimiento públicas y autorizadas carentes de impacto sobre hábitats protegidos.</li> </ul>
<b>303-3</b> Agua reciclada y reutilizada	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consumo y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medio ambiente. Por una gestión sostenible del agua (p.126).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El Grupo El Corte Inglés no realiza actividades de reciclado o reutilización de aguas de forma significativa.</li> </ul>

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>Biodiversidad</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad.</li> <li>Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>El Grupo El Corte Inglés tiene ubicadas sus instalaciones en terrenos considerados urbanos y sin impactos significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alta biodiversidad por lo que consideramos este indicador no material.</li> </ul>
<b>304-1</b> Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>El Grupo El Corte Inglés tiene ubicadas sus instalaciones en terrenos considerados urbanos y sin impactos significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alta biodiversidad por lo que consideramos este indicador no material.</li> </ul>
<b>304-2</b> Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>El Grupo El Corte Inglés tiene ubicadas sus instalaciones en terrenos considerados urbanos y sin impactos significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alta biodiversidad por lo que consideramos este indicador no material.</li> </ul>
<b>304-3</b> Hábitats protegidos o restaurados	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>El Grupo El Corte Inglés tiene ubicadas sus instalaciones en terrenos considerados urbanos y sin impactos significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alta biodiversidad por lo que consideramos este indicador no material.</li> </ul>
<b>304-4</b> Especies que aparecen en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>El Grupo El Corte Inglés tiene ubicadas sus instalaciones en terrenos considerados urbanos y sin impactos significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alta biodiversidad por lo que consideramos este indicador no material.</li> </ul>

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>Emisiones</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI).</li> <li>Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del Cambio Climático.</li> <li>Metas de reducción de emisiones GEI.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medio ambiente. Lucha contra el cambio climático (p.119-125).</li> </ul>	
<b>305-1</b> Emisiones directas de GEI (alcance 1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emisiones de Gases de Efecto Invernadero.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medio ambiente. Lucha contra el cambio climático (p.119-125).</li> </ul>	
<b>305-2</b> Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emisiones de Gases de Efecto Invernadero.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medio ambiente. Lucha contra el cambio climático (p.119-125).</li> </ul>	
<b>305-3</b> Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emisiones de Gases de Efecto Invernadero.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medio ambiente. Lucha contra el cambio climático (p.119-125).</li> </ul>	
<b>305-4</b> Intensidad de las emisiones de GEI	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emisiones de Gases de Efecto Invernadero.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medio ambiente. Lucha contra el cambio climático (p.119-125).</li> </ul>	
<b>305-5</b> Reducción de las emisiones de GEI	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas para prevenir la contaminación.</li> <li>Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grupo El Corte Inglés. Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (p.20-21).</li> <li>Medio ambiente. Lucha contra el cambio climático (p.119-125).</li> </ul>	
<b>305-6</b> Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)			<ul style="list-style-type: none"> <li>El Grupo El Corte Inglés no presenta emisiones de SAO.</li> </ul>
<b>305-7</b> Óxidos de nitrógeno (NOx), óxidos de azufre (SOx) y otras emisiones significativas al aire	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas para prevenir la contaminación (incluyetambién ruido y contaminación lumínica)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>El Grupo El Corte Inglés no presenta emisiones de NOx y SOx, así como tampoco presenta contaminación lumínica o acústica relevante para responder a este apartado de la Ley.</li> </ul>

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>Efluentes y residuos</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Economía circular. Medidas de prevención y gestión de residuos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medio ambiente. Economía circular (p.110-118).</li> </ul>	
<b>306-1</b> Vertido de aguas en función de su calidad y destino	<ul style="list-style-type: none"> <li>Economía circular. Medidas de prevención y gestión de residuos.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Dadas las actividades desarrolladas por el Grupo El Corte Inglés el único vertido significativo que se produce es el de las aguas procedentes de los sanitarios de los centros comerciales y oficinas, que en todos los casos se vierten a la red pública urbana en las condiciones especificadas legalmente.</li> </ul>
<b>306-2</b> Residuos por tipo y método de eliminación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Economía circular. Medidas de prevención y gestión de residuos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medio ambiente. Economía circular (p.110-118).</li> </ul>	
<b>306-3</b> Derrames significativos			<ul style="list-style-type: none"> <li>Dadas las actividades desarrolladas por el Grupo El Corte Inglés el único vertido significativo que se produce es el de las aguas procedentes de los sanitarios de los centros comerciales y oficinas, que en todos los casos se vierten a la red pública urbana en las condiciones especificadas legalmente.</li> </ul>
<b>306-4</b> Transporte de residuos peligrosos			<ul style="list-style-type: none"> <li>El transporte de residuos peligrosos es realizado por empresas autorizadas por la Administración correspondiente. Se transportan exactamente los residuos generados, informados en el capítulo de residuos.</li> </ul>
<b>306-5</b> Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías			<ul style="list-style-type: none"> <li>Dadas las actividades desarrolladas por el Grupo El Corte Inglés el único vertido significativo que se produce es el de las aguas procedentes de los sanitarios de los centros comerciales y oficinas, que en todos los casos se vierten a la red pública urbana en las condiciones especificadas legalmente.</li> </ul>

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>Cumplimiento ambiental</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión		<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Cumplimiento normativo (p.31-34).</li> <li>Medio ambiente (p.107-127).</li> </ul>	
<b>307-1</b> Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental <b>Marco interno:</b> descripción cualitativa de las provisiones y garantías para riesgos ambientales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Provisiones y garantías para riesgos ambientales.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Durante 2019 no se han recibido sanciones económicamente significativas por incumplimientos de la normativa en relación a temas ambientales. En este sentido, El Corte Inglés cuenta con un seguro civil para cubrir sus riesgos ambientales.</li> </ul>
<b>Evaluación ambiental de proveedores</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inclusión de la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cadena de suministro. Resultados de la aplicación del Sistema de Gestión responsable (p.96-99).</li> </ul>	
<b>308-1</b> Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.</li> <li>Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cadena de suministro. Resultados de la aplicación del Sistema de Gestión responsable (p.96-99).</li> </ul>	
<b>308-2</b> Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.</li> <li>Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cadena de suministro. Resultados de la aplicación del Sistema de Gestión responsable (p.96-99).</li> </ul>	

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>Temas Sociales</b>			
<b>Empleo</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión <b>Marco interno:</b> descripción cualitativa de la organización del tiempo de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Políticas sobre cuestiones sociales y relativas al personal.</li> <li>Medidas adoptadas para promover el empleo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo comprometido (p.63-89).</li> </ul>	
<b>401-1</b> Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal <b>Marco interno:</b> sistema interno de RRHH del Grupo El Corte Inglés	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo comprometido. Atracción y retención del talento (p.63-89).</li> </ul>	
<b>401-2</b> Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Políticas sobre cuestiones sociales y relativas al personal.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>El Grupo El Corte Inglés no establece diferencias significativas entre los beneficios sociales ofertados a todos sus empleados, bien sean a tiempo parcial o completo, o temporales o indefinidos.</li> </ul>
<b>401-3</b> Permiso parental	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas para facilitar la conciliación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo comprometido. Igualdad de oportunidades, conciliación y corresponsabilidad (p.86-87).</li> </ul>	
<b>Relaciones trabajador-empresa</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implantación de medidas de desconexión laboral.</li> <li>Organización del diálogo social.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.80-83).</li> </ul>	
<b>402-1</b> Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implantación de medidas de desconexión laboral.</li> <li>Organización del diálogo social.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.80-83).</li> </ul>	

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>Salud y Seguridad en el trabajo</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo comprometido. Un entorno de trabajo seguro y saludable (p.88-89).</li> </ul>	
<b>403-1</b> Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización del diálogo social.</li> <li>• Balance de los convenios colectivos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.81).</li> <li>• Equipo comprometido. Un entorno de trabajo seguro y saludable (p.88-89).</li> </ul>	El Grupo El Corte Inglés en España cuenta con representantes de los trabajadores a través de Comités de Seguridad y Salud y delegados de prevención en aquellos casos donde por el número de trabajadores es necesario, y siempre que se hayan instado elecciones sindicales, cubriendo estos Comités y delegados al 100% de los empleados representados por los mismos.
<b>403-2</b> Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de horas de absentismo.</li> <li>• Accidentes de trabajo (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo.</li> <li>• Enfermedades profesionales (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo comprometido. Un entorno de trabajo seguro y saludable (p.88-89).</li> </ul>	
<b>403-3</b> Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accidentes de trabajo (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo.</li> <li>• Enfermedades profesionales (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo comprometido. Un entorno de trabajo seguro y saludable (p.88-89).</li> </ul>	
<b>403-4</b> Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Balance de los convenios colectivos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo comprometido. Un entorno de trabajo seguro y saludable (p.88-89).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tal y como indica la normativa de aplicación, los Comités tratan aspectos de seguridad y salud aplicables a nuestras actividades.</li> </ul>

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>Formación y enseñanza</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Políticas implementadas en el campo de la formación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo comprometido. Desarrollo profesional (p.76-79).</li> </ul>	
<b>404-1</b> Media de horas de formación al año por empleado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Horas de formación por categorías profesionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo comprometido. Desarrollo profesional (p.76-79).</li> </ul>	
<b>404-2</b> Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Políticas implementadas en el campo de la formación.</li> <li>• Medidas adoptadas para promover el empleo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo comprometido. Desarrollo profesional (p.76-79).</li> </ul>	
<b>404-3</b> Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo comprometido. Desarrollo profesional (p.78).</li> </ul>	
<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión <b>Marco interno:</b> descripción cualitativa de las principales actuaciones implementadas para garantizar la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres.</li> <li>• Planes de igualdad.</li> <li>• Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo.</li> <li>• La integración y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.</li> <li>• Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.80-83).</li> <li>• Equipo comprometido. Diversidad e inclusión (p.84-85).</li> <li>• Equipo comprometido. Igualdad de oportunidades, conciliación y corresponsabilidad (p.86-87).</li> </ul>	
<b>405-1</b> Diversidad en órganos de gobierno y empleados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.</li> <li>• Empleados con discapacidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo comprometido. Nuestro equipo en 2019 (p.66-72).</li> <li>• Equipo comprometido. Diversidad e inclusión (p.84-85).</li> </ul>	
<b>405-2</b> Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres <b>Marco interno:</b> sistema interno de RRHH del Grupo El Corte Inglés	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor.</li> <li>• Brecha salarial.</li> <li>• Remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.80-83).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La remuneración del salario base se define en los convenios aplicables y no hay diferencias por razón de género.</li> </ul>

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>No discriminación</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.</li> <li>Planes de igualdad.</li> <li>Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo.</li> <li>La integración y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.</li> <li>Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.</li> <li>Promoción y cumplimiento de las disposiciones de la OIT.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo comprometido. Diversidad e inclusión (p.84-85).</li> <li>Equipo comprometido. Igualdad de oportunidades, conciliación y corresponsabilidad (p.86-87).</li> <li>Sociedad. Accesibilidad en nuestros centros (p.135).</li> </ul>	
<b>406-1</b> Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas <b>Marco interno:</b> descripción cualitativa sobre el enfoque de la organización en relación con la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo comprometido. Igualdad de oportunidades, conciliación y corresponsabilidad (p.86-87).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>No se ha tramitado ningún caso de discriminación por motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional u origen social de acuerdo con la definición de la OIT.</li> </ul>
<b>Libertad de asociación y negociación colectiva</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promoción y cumplimiento de las disposiciones de la OIT.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.80-83).</li> </ul>	
<b>407-1</b> Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo <b>Marco interno:</b> descripción cualitativa de la consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.80-83).</li> <li>Cadena de suministro. Resultados de la aplicación del Sistema de Gestión responsable (p.96-99).</li> </ul>	

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>Trabajo infantil</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión <b>408-1</b> Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil <b>Marco interno:</b> descripción cualitativa sobre el enfoque de la organización en relación a la abolición del trabajo infantil	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promoción y cumplimiento de las disposiciones de la OIT.</li> <li>Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.80-83).</li> <li>Cadena de suministro. Resultados de la aplicación del Sistema de Gestión responsable (p.96-99).</li> <li>Cadena de suministro. Resultados de la aplicación del Sistema de Gestión responsable (p.96-99).</li> </ul>	
<b>Trabajo forzoso u obligatorio</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión <b>409-1</b> Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio <b>Marco interno:</b> descripción cualitativa sobre el enfoque de la organización en relación a la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promoción y cumplimiento de las disposiciones de la OIT.</li> <li>Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo comprometido. Las mejores prácticas laborales (p.80-83).</li> <li>Cadena de suministro. Resultados de la aplicación del Sistema de Gestión responsable (p.96-99).</li> <li>Cadena de suministro. Resultados de la aplicación del Sistema de Gestión responsable (p.96-99).</li> </ul>	
<b>Prácticas en materia de seguridad</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión <b>410-1</b> Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prevención de los riesgos de vulneración de los derechos humanos.</li> <li>Prevención de los riesgos de vulneración de los derechos humanos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cadena de suministro. Respeto de los derechos humanos (p.100-103).</li> <li>Cadena de suministro. Respeto de los derechos humanos (p.100-103).</li> </ul>	

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>Evaluación de derechos humanos</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Políticas sobre el respeto de los derechos humanos.</li> <li>Aplicación de procedimientos de debida diligencia en derechos humanos.</li> <li>Prevención de los riesgos de vulneración de los derechos humanos.</li> <li>Denuncias por casos de vulneraciones de derechos humanos.</li> <li>Promoción y cumplimiento de las disposiciones de la OIT.</li> <li>Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cadena de suministro. Resultados de la aplicación del Sistema de Gestión responsable (p.96-99).</li> </ul>	
<b>412-1</b> Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos <b>Marco interno:</b> De reporte de información cuantitativa sobre denuncias recibidas de vulneración de derechos humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prevención de los riesgos de vulneración de los derechos humanos.</li> <li>Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cadena de suministro. Resultados de la aplicación del Sistema de Gestión responsable (p.96-99).</li> <li>Cadena de suministro. Respeto de los derechos humanos. Canales de denuncia (p.101).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el ejercicio 2019 se han recibido dos denuncias que se gestionaron con la aplicación del principio de diligencia debida. En 2018 no se recibió ninguna denuncia.</li> </ul>
<b>412-2</b> Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Políticas sobre el respeto de los derechos humanos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Cumplimiento normativo (p.34).</li> <li>Cadena de suministro. Respeto de los derechos humanos. Formación de derechos humanos a empleados y proveedores (p.100).</li> </ul>	
<b>412-3</b> Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos		<ul style="list-style-type: none"> <li>Cadena de suministro. Resultados de la aplicación del Sistema de Gestión responsable (p.96-99).</li> </ul>	

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>Comunidades locales</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.</li> <li>Relaciones mantenidas con las comunidades locales.</li> <li>Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio.</li> <li>Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sociedad (p.129-145).</li> </ul>	
<b>413-1</b> Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.</li> <li>Relaciones mantenidas con las comunidades locales.</li> <li>Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sociedad (p.129-145).</li> </ul>	
<b>413-2</b> Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.</li> <li>Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cadena de suministro. Resultados de la aplicación del Sistema de Gestión responsable (p.96-99).</li> </ul>	
<b>Evaluación social de los proveedores</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inclusión de la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales.</li> <li>Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cadena de suministro. Enfoque del Sistema de Gestión en la cadena de suministro (p.95).</li> <li>Cadena de suministro. Resultados de la aplicación del Sistema de Gestión responsable (p.96-99).</li> </ul>	
<b>414-1</b> Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cadena de suministro. Resultados de la aplicación del Sistema de Gestión responsable (p.96-99).</li> </ul>	
<b>414-2</b> Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas <b>Marco interno:</b> descripción cualitativa de la consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicación de procedimientos de debida diligencia en derechos humanos.</li> <li>Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.</li> <li>Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cadena de suministro. Resultados de la aplicación del Sistema de Gestión responsable (p.96-99).</li> </ul>	

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>Salud y seguridad de los clientes</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión <b>Marco interno:</b> información cuantitativa sobre quejas recibidas y su resolución	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas para la salud y seguridad de los consumidores.</li> <li>Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El cliente. La oferta más diversa y de máxima calidad (p.43-48).</li> <li>El cliente. La mejora continua y el diálogo permanente (p.50-54).</li> </ul>	
<b>416-1</b> Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas para la salud y seguridad de los consumidores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El cliente. La oferta más diversa y de máxima calidad (p.43-48).</li> </ul>	
<b>416-2</b> Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas para la salud y seguridad de los consumidores.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Durante 2019 no se han recibido sanciones económicamente significativas por incumplimiento de la normativa en relación a cuestiones sobre la seguridad y salud de los productos y servicios.</li> </ul>
<b>Marketing y etiquetado</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas para la salud y seguridad de los consumidores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El cliente. La oferta más diversa y de máxima calidad (p.43-48).</li> <li>El cliente. La mejora continua y el diálogo permanente (p.50-54).</li> </ul>	
<b>417-1</b> Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas para la salud y seguridad de los consumidores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El cliente. La oferta más diversa y de máxima calidad (p.43-48).</li> <li>El cliente. La mejora continua y el diálogo permanente (p.55-61).</li> </ul>	
<b>417-2</b> Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios			<ul style="list-style-type: none"> <li>Durante 2019 no se han recibido sanciones económicamente significativas por incumplimiento de la normativa en relación a etiquetado de productos y servicios.</li> </ul>
<b>417-3</b> Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing			<ul style="list-style-type: none"> <li>Durante 2019 no se han recibido sanciones económicamente significativas por incumplimiento de la normativa en relación a comunicaciones de marketing.</li> </ul>

Marco de reporting / Indicador GRI y descripción	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Apartado del Informe	Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones
<b>Privacidad del cliente</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El cliente. La mejora continua y el diálogo permanente (p.50-54).</li> </ul>	
<b>418-1</b> Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El cliente. La mejora continua y el diálogo permanente (p.50-54).</li> </ul>	
<b>Cumplimiento socioeconómico</b>			
<b>103-1</b> Explicación de asunto material y sus limitaciones <b>103-2</b> Enfoque de gestión y componentes <b>103-3</b> Evaluación del enfoque de gestión		<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen gobierno corporativo. Cumplimiento normativo (p.31-34).</li> <li>Sociedad. Generación de valor económico y social (p.133-134).</li> </ul>	
<b>419-1</b> Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	<ul style="list-style-type: none"> <li>Denuncias por casos de vulneraciones de derechos humanos.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Durante el 2019 no se han recibido sanciones económicamente significativas por incumplimiento de la normativa en relación a cuestiones sociales y económicas.</li> </ul>

## INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME NO FINANCIERO CONSOLIDADO



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

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

### INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO

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

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Informe No Financiero Consolidado adjunto (en adelante INF) correspondiente al ejercicio anual finalizado el 29 de febrero de 2020, de El Corte Inglés, S.A. y sociedades dependientes (en adelante, Grupo El Corte Inglés) que forma parte del Informe de Gestión consolidado 2019 adjunto de Grupo El Corte Inglés.

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

#### Responsabilidad de los Administradores

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

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

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

#### Nuestra independencia y control de calidad

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

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



2

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

#### Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, "Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría o de la Revisión de Información Financiera Histórica" (NIEA 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

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

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

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



3

#### Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que el INF de Grupo El Corte Inglés correspondiente al ejercicio anual finalizado el 29 de febrero de 2020 no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI en su opción esencial así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en el apartado "Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018 e Indicadores GRI" del citado Estado.

#### Uso y distribución

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

Este informe se corresponde con el sello distintivo nº 01/20/07110 emitido por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España

ERNST & YOUNG, S.L.



Alberto Castilla Vida

16 de junio de 2020

©2020 El Corte Inglés, S.A.  
Hermosilla, 112.  
28009 Madrid

[elcorteingles.es](http://elcorteingles.es)

**Realización:**  
El Corte Inglés, S.A.

**Depósito Legal:**  
M-14051-2020