

# El esfuerzo de todos

Cuando empezó el año 2020, nadie podía imaginar que dos meses y medio más tarde el país, el propio mundo, se paralizaría. Han sido momentos muy duros para todos. Y para nosotros, el ejercicio más difícil de nuestra historia. La crisis y sus consecuencias nos han ofrecido también la oportunidad de demostrar nuestra capacidad de servicio a la sociedad y de poner de manifiesto la motivación que nos empuja y la entrega con la que hemos acometido las tareas más difíciles.

El informe que viene a continuación rinde homenaje al esfuerzo, a la fortaleza y al compromiso que hemos demostrado cuando más se necesitaba. Es un homenaje a la capacidad de convertir las dificultades en oportunidades. Un homenaje a lo que hace todo esto posible, el trabajo conjunto, el esfuerzo de todos.

# Índice

|  |     |
|--|-----|
| CARTA DE LA PRESIDENTA.....  | 5   |
| EL CORTE INGLÉS EN 2020.....   | 8   |
| NUESTRO MODELO DE NEGOCIO.....   | 18  |
| NUESTRO GOBIERNO.....  | 28  |
| NUESTRO ENTORNO.....   | 42  |
| NUESTRAS LÍNEAS DE ACTIVIDAD.....  | 50  |
| NUESTROS PILARES.....  | 84  |
| EL CLIENTE.....  | 86  |
| NUESTRO EQUIPO.....  | 112 |
| LA CADENA DE SUMINISTRO.....   | 136 |
| EL MEDIO AMBIENTE.....   | 148 |
| LA SOCIEDAD.....   | 170 |
| LA GESTIÓN DE RIESGOS<br>Y OPORTUNIDADES.....  | 190 |
| SOBRE ESTE INFORME.....  | 201 |
| ANEXOS.....  | 209 |
| I. TABLA DE INDICADORES<br>NO FINANCIEROS.....   | 211 |
| II. ÍNDICE DE CONTENIDOS<br>REQUERIDOS POR LA LEY 11/2018<br>E INDICADORES GRI.....    | 225 |
| INFORME DE VERIFICACIÓN<br>INDEPENDIENTE DEL INFORME<br>NO FINANCIERO CONSOLIDADO..... | 256 |

## Carta de la Presidenta



El Informe no Financiero que tengo la satisfacción de presentarles es la crónica de un periodo que exigió esfuerzos extraordinarios, gran cantidad de talento, capacidad de innovación y eficacia en la búsqueda de la excelencia. Hoy, felizmente, podemos hablar de un nuevo tiempo al que llegamos después de haber trabajado con intensidad. Esto nos ha permitido sentar las bases de futuro de la empresa, un futuro de anchas miras donde el cliente y la sociedad encontrarán un gran grupo empresarial al servicio de los ciudadanos, con nuevas propuestas y nuevas realidades pensadas con perspectivas de amplio recorrido.

En este marco de transformación, El Corte Inglés ha conseguido superar el ejercicio más difícil de sus más de 80 años de historia. Hemos convertido la crisis en una oportunidad para acometer reformas profundas y dar un nuevo empuje a las diversas áreas de negocio. Y lo hemos hecho manteniendo nuestra identidad, con nuestros valores de siempre, esos sobre los que hemos construido nuestra relación de mutua confianza con la sociedad.

En este nuevo escenario de esperanza, de proyectos y de visión a largo plazo, hemos desarrollado un ambicioso plan estratégico basado en tres principios: la digitalización, la diversificación y la sostenibilidad, siempre enfocados al cliente.

En digitalización, podemos decir que El Corte Inglés ha dado pasos decisivos en la oferta multicanal. Nos hemos convertido en una empresa 100% digital que atiende, con un amplio abanico de posibilidades, a un cliente versátil que puede elegir cualquier opción de compra en función del momento y de sus necesidades.

Hemos lanzado una nueva *app* que permite al usuario tener acceso a millones de productos y servicios de todas las áreas de negocio. Y seguimos en pleno desarrollo con nuevas ideas y

animados por nuestras fortalezas. Esta transformación tecnológica, que pronto nos permitirá hacer realidad el proyecto “El Corte Inglés en tu bolsillo”, unido a las circunstancias especiales del ejercicio 2020, han mejorado considerablemente el peso de nuestra venta *online*, con un incremento del 130% respecto al año anterior.

El segundo eje sobre el que se sustenta nuestro plan para los próximos años es la diversificación. Estamos trabajando en numerosos proyectos como el lanzamiento de una nueva operadora de móvil y fibra que combinará la oferta de tecnología con los servicios de telecomunicaciones en el entorno del hogar inteligente; o la comercialización de energía, un proyecto que se lanzará en ejercicio 2021; o el desarrollo de servicios integrales entre los que se encuentran seguridad, limpieza, o alarmas para el hogar, o la creación de una nueva empresa logística que dará servicio a terceros. Para todo ello, hemos activado las mejores palancas, según el tipo de actividad: en unas ocasiones nos hemos aliado con operadores especializados y en otras, hemos desarrollado nuestra propia compañía. Este ha sido el caso de SICOR, un grupo de empresas que ofrecerá productos y servicios específicos tanto a clientes corporativos como a particulares.

También hemos emprendido nuevos proyectos en el ámbito de los servicios financieros, donde la experiencia de nuestras empresas de Seguros nos permitirá desarrollar servicios relacionados con la gestión de fondos de inversión y con la gestión de patrimonio. Incluso en nuestra emblemática Tarjeta de Compra vamos a tener importantes novedades, ya que se van a incorporar nuevas funcionalidades que permitirán su utilización, para todo tipo de productos y servicios, tanto dentro como fuera de los establecimientos del Grupo. Esto supone la posibilidad de utilizar este medio de pago no sólo en España y Portugal, sino también en el resto del mundo.

Este proyecto de transformación nos convertirá en un auténtico ecosistema de servicios orientado a facilitar, de forma integral, la vida de nuestros clientes. Se trata, por tanto, de un modelo de negocio que ofrecerá más prestaciones, que aportará más valor y ayudará al crecimiento del Grupo.

Y el tercer principio sobre el que se asienta el plan estratégico es la sostenibilidad, una apuesta firme y sólida. Como empresa responsable, hemos renovado nuestro compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas, hemos puesto en marcha un Plan Director de RSC para el periodo comprendido entre 2021 y 2025, y asumimos como propios los retos que figuran en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas que guardan relación con nuestra actividad: Producción y Consumo Responsable; el relativo a Recursos Humanos, Igualdad, Conciliación y Diversidad; el relacionado con los Derechos Humanos, el Trabajo Decente y el Crecimiento Económico; y el que versa sobre la Eficiencia en los Consumos y la Acción por el Clima.

En este sentido, hemos avanzado en la racionalización del consumo de nuestros recursos y en la gestión de los residuos que generamos, así como en su aprovechamiento.

Estos tres grandes ejes del plan estratégico marcan la nueva apuesta de nuestro crecimiento a futuro, que se sustenta asimismo en una experiencia de compra única capaz de dar respuesta satisfactoria a los nuevos tiempos y a las nuevas necesidades de la sociedad.

Hay que resaltar que toda esta transformación se ha desarrollado en un contexto de máxima dificultad debido a la situación generada como consecuencia del Covid 19, que ha afectado a la apertura normal de nuestros centros y que ha paralizado la actividad turística, un sector trascendente para nuestra Agencia de Viajes y para el turismo de compras.

En este marco tan complejo, también hemos visto aflorar lo mejor de quienes forman parte de nuestro día a día. Y a todos ellos, especialmente a nuestros accionistas, nuestros proveedores y nuestros empleados, deseo expresar mi más sincero reconocimiento, así como el del Consejo de Administración.

A nuestros accionistas, por su apoyo en los momentos difíciles y por su capacidad para afrontar la situación con seguridad y con perspectiva de futuro.

A los proveedores, que han sufrido en sus negocios los perjuicios del cierre de tiendas y del descenso del consumo, pero mantuvieron el nivel de calidad en sus productos y la misma eficacia en el servicio.

Y a nuestros empleados por su motivación, por su entrega y por un esfuerzo encomiable para ponerse al servicio de la sociedad. No quiero caer en el pequeño detalle, pero todavía hoy, pasados los peores momentos de la pandemia, conmueve recordar cuántos se ofrecieron voluntariamente a los trabajos que se podían efectuar: la atención telefónica, la recepción de pedidos o el reparto por los barrios en los que viven. Un equipo humano con esa disposición nos permite seguir diciendo que es el principal patrimonio de nuestra empresa.

Por eso seguimos realizando importantes inversiones en formación y procuramos la promoción profesional dentro de El Corte Inglés. Hay que recordar también el primer plan de bajas voluntarias, al que se han acogido más de 3.000 empleados en un clima de concordia, ejemplo de diálogo y entendimiento.

Ahora estamos ante nuevos y apasionantes cambios estratégicos, tecnológicos, competitivos, culturales, científicos, ecológicos y sociales. En El Corte Inglés asistimos a esos cambios con la mentalidad abierta para aprovecharlos y liderarlos. Nuestra historia demuestra que lo podemos hacer.

Hoy El Corte Inglés está en condiciones de decir a sus clientes, proveedores, accionistas, empleados y al conjunto de la sociedad que saldrá de esta crisis pandémica más saneado y con una gran fortaleza financiera. Lo demuestran el contrato de financiación que se firmó el 1 de abril de 2020, o la emisión de bonos senior del pasado mes septiembre, con tan favorable acogida que la demanda superó en cuatro veces a la oferta. La liquidez al cierre del ejercicio se situó por encima de los 3.500 millones, una cantidad que evidencia una buena estabilidad financiera y una buena valoración por parte de los mercados. Un ejemplo de ello es que entre las entidades financiadoras figura el Banco Central Europeo, que otorgó a El Corte Inglés la calificación de “elegible”.

A partir de esa realidad enfocamos nuestro futuro con ilusión y nuevas perspectivas de negocio porque contamos con un plan estratégico realista, moderno y ambicioso; con un Consejo de Administración que apoya ese camino de transformación y crecimiento que ya hemos emprendido; y con un equipo directivo que encabeza nuestro consejero delegado, Víctor del Pozo, lleno de ideas novedosas, con amplia experiencia en el negocio y con una gran capacidad de gestión.

Por todo ello, la sociedad puede seguir contando con ese El Corte Inglés de siempre, y con su vocación de ser útil, facilitando la vida de las personas.

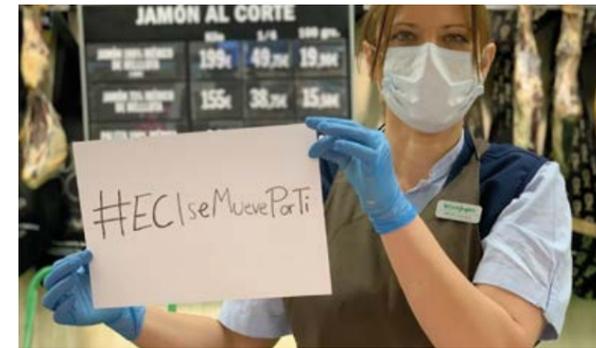
Y ya que el ejercicio 2020 ha sido el año del esfuerzo de todos, el nuevo 2021 debe ser para todos, el año de la ilusión y la superación.



**Marta Álvarez**  
Presidenta

# El Corte Inglés en 2020

Con el esfuerzo de todos, accionistas, proveedores, empleados y clientes, hemos afrontado un año especialmente complejo con capacidad de transformación, adaptación e innovación.



## Medidas sanitarias

### 1

El ejercicio 2020 ha estado marcado desde el inicio por el Covid-19 y las medidas sanitarias que obligaron a cesar una parte importante de nuestra actividad. El Corte Inglés afrontó la situación con capacidad de transformación, adaptación e innovación.

### 2

Creamos una Comisión de Alerta Sanitaria, anticipándonos al 14 de marzo, para analizar los riesgos, prepararnos y abastecer las tiendas.

### 3

Protegimos la salud y seguridad de clientes y empleados: mascarillas, geles hidroalcohólicos, instalación de mamparas, sistemas de ventilación de los centros comerciales, distancias de seguridad, higienización de prendas y espacios, entre otras medidas.



## Abastecimiento garantizado

### 4

Garantizamos el abastecimiento de los productos de primera necesidad. Nuestros supermercados, hipermercados y tiendas de proximidad Supercor, así como las plataformas de Valdemoro, el CEDIAL y la de nueva creación de Alcalá de Henares (en Madrid), han asegurado, en todo momento, el aprovisionamiento de mercancías para la población.



### 5

Colaboramos de manera muy estrecha con nuestros más de 31.000 proveedores, especialmente con los locales, apoyando e impulsando el producto español y portugués.

## Adaptación de las tiendas

### 6

Adaptamos las tiendas físicas a la realidad omnicanal, reforzando la digitalización y los servicios de Click&Car, Recogida en Tienda y Entrega en el Día, con el fin de ayudar a nuestros clientes y a la sociedad en un momento de especial dificultad.



### 7

Ampliamos las funciones de nuestras tiendas para convertirse también en plataformas desde las que preparar pedidos *online* y dar respuesta al cliente. La venta *online* se ha incrementado en 8,6 millones de pedidos (un 130,8% más que el año anterior) hasta alcanzar los 15,2 millones.



### 8

Pusimos a disposición de los clientes servicios de compra especiales y dimos prioridad a las personas mayores de 65 años y al personal sanitario a quienes se les enviaba el pedido a su domicilio de forma gratuita.



## Equipos profesionales

### 9

Organizamos equipos de trabajo capaces de desempeñar funciones distintas para abordar tareas prioritarias, prestando servicio en los establecimientos, preparando pedidos o atendiendo a los clientes a través de diferentes canales. Y fomentamos el teletrabajo en aquellos puestos que era posible.



### 10

Completamos el 100% del salario de nuestros empleados que, por causas de fuerza mayor, debieron entrar en el ERTE presentado con motivo de la declaración del estado de alarma decretado en marzo de 2020.



### 11

Contamos con un equipo de profesionales especializados, el 94,5% de los cuales son fijos, y el 63,9% son mujeres.



### 12

Fomentamos la formación como un elemento fundamental en la estrategia de la compañía. En 2020 realizamos un gran esfuerzo para adaptar los programas a las nuevas necesidades y se han invertido 14,3 millones de euros en formación.



## Apoyo a la sociedad

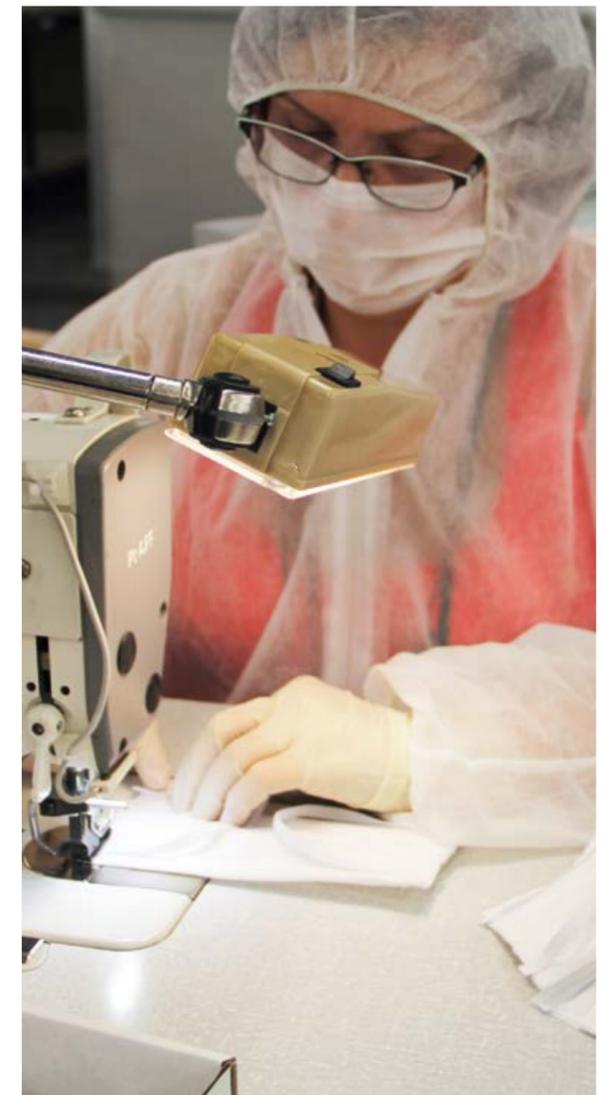
### 13

Apoyamos a las Administraciones Públicas: nuestra oficina comercial en Asia facilitó compras de material sanitario para el Estado y las Comunidades Autónomas; ofrecimos el Hotel Ayre Gran Colón como primer hotel medicalizado de la Comunidad de Madrid; abastecimos de ropa de cama y material complementario al hospital de IFEMA en Madrid; y aportamos equipación textil y de otro tipo para hospitales de campaña en diversas comunidades y en Portugal.



### 14

Reconvertimos nuestro taller de costura en Madrid para elaborar mascarillas en un momento en el que los recursos sanitarios eran escasos por la alta demanda.



## 15

Colaboramos con la sociedad para mitigar los efectos de la pandemia: ayudamos a colectivos vulnerables con la recaudación de 1,8 millones de euros en la Gran Recogida del Banco de Alimentos, donamos más de 1,7 millones de kg de alimentos evitando así el desperdicio alimentario, y entregamos más de 50.000 juguetes a diversas ONG.

## 16

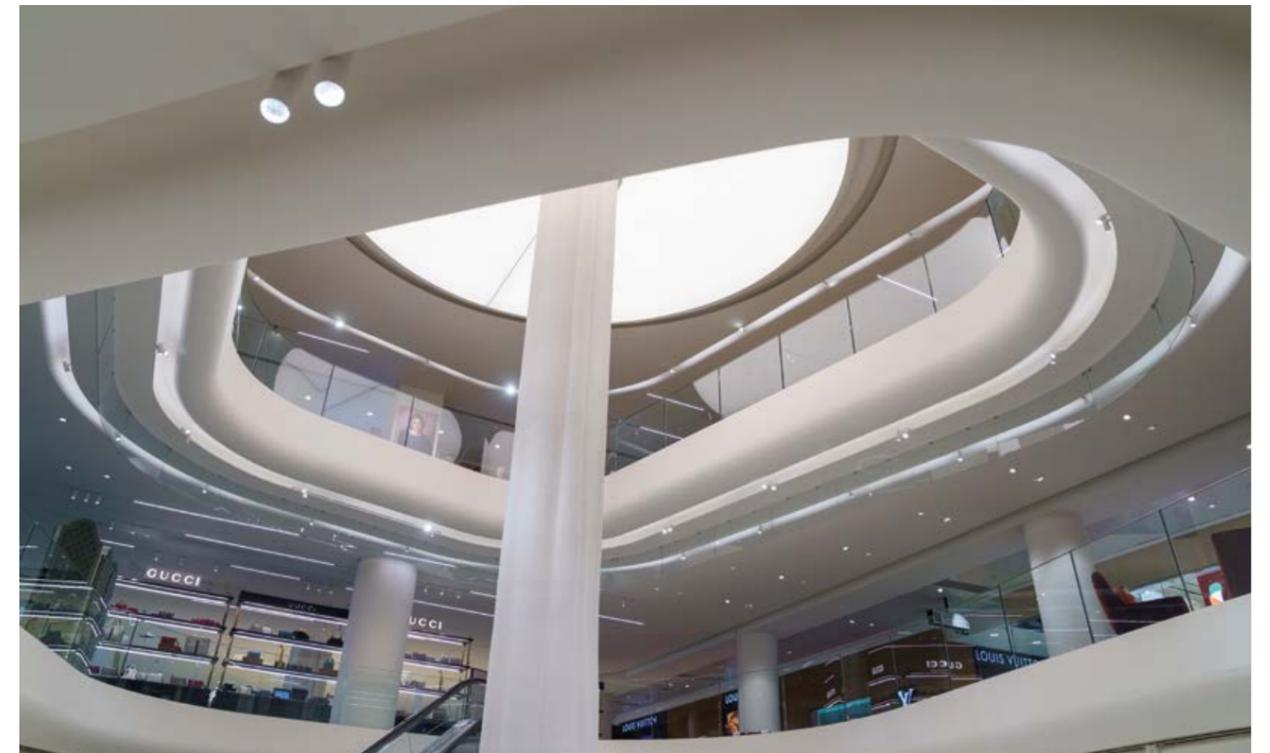
Trabajamos con la sociedad en tres ámbitos fundamentales de actuación: deporte, cultura y compromiso social. Hemos realizado más de 1.500 iniciativas que en muchos casos han tenido que transformarse en encuentros virtuales; y reforzamos nuestro compromiso con la investigación médica, con la educación y el bienestar infantil a través de acuerdos con entidades como la AECC, Cruz Roja y la Fundación Aladina, entre otras.



## El Corte Inglés en 2020

# Construyendo el futuro

Aceleramos la transformación de nuestro modelo de negocio hacia la digitalización, la diversificación y la sostenibilidad.



## Diversificación

### 1

Velamos para que nuestros centros estén siempre confortables y atractivos, incorporando las últimas novedades y tendencias.



### 2

Lanzamos una nueva *app* y la tarifa plana El Corte Inglés Plus, lo que abre el camino hacia una comunicación más personalizada con el usuario digital. A cierre del ejercicio ya se habían registrado 21,1 millones de visitas a la *app* y casi un millón de descargas.

### 3

Creamos la compañía SICOR, que abarca diversas actividades como la seguridad, las alarmas para el hogar, la limpieza, el mantenimiento y la logística.



### 4

Firmamos una alianza estratégica con el Grupo MásMóvil para el desarrollo de innovadoras iniciativas comerciales, e impulsamos la marca Sweno para el lanzamiento de un operador virtual de móvil y fibra.

### 5

Renovamos nuestro centro comercial de Castellana, en Madrid, ofreciendo una experiencia de compra única para nuestros clientes.



### 6

Potenciamos la transformación digital de nuestro establecimiento comercial de Lisboa, que este año celebra su 20 aniversario.

### 7

Apostamos por la sostenibilidad como uno de los ejes estratégicos de la compañía, lo que nos impulsa a fomentar la producción y el consumo responsables. Contamos con una Guía de Producto Sostenible para compradores y proveedores de El Corte Inglés, y hemos incrementado hasta 107.000 el número de referencias con algún atributo sostenible.



### 8

Mantenemos nuestro compromiso de respeto al medio ambiente en los diferentes ámbitos en los que impacta nuestra actividad con el fin de favorecer el desarrollo sostenible del entorno. El 100% de la energía adquirida en España es renovable.

### 9

Avanzamos en nuestro sistema de gestión Residuo Cero, una de las medidas que guían nuestra transición hacia un modelo de economía circular. Contamos ya con un total de 41 centros comerciales y 10 plataformas logísticas con este sistema de gestión, con el que se ha conseguido valorizar el 91,5% de los residuos.



Plataforma logística de e-commerce en Valdemoro (Madrid).

# Nuestro modelo de negocio

Transformamos los desafíos en nuevas oportunidades para impulsar un modelo de negocio alineado con la digitalización, la diversificación y la sostenibilidad. Todo ello, enfocado al cliente.

El Corte Inglés es un grupo empresarial que cuenta con una amplia trayectoria en el ámbito de la distribución comercial, siendo un referente del comercio de calidad. Su flexibilidad para adaptarse a las nuevas necesidades y demandas de la sociedad, y su capacidad para buscar nuevas oportunidades de negocio, han sido una constante a lo largo de sus más de 80 años, lo que le ha permitido crear nuevos formatos y diversificar su actividad comercial. La historia de El Corte Inglés está marcada por situarse a la vanguardia, crear tendencia, impulsar cambios y desarrollar nuevos conceptos.

En el último año, y condicionada por la situación derivada de la alerta sanitaria, esa capacidad de adaptación e innovación ha resultado fundamental para la evolución del modelo de negocio. Con los mismos valores de siempre, y manteniendo nuestros principios éticos y responsables hacia el cliente, los empleados, los proveedores, la sociedad y el medio ambiente, hemos evolucionado hacia un modelo más alineado con la digitalización y la omnicanalidad, la diversificación y la

sostenibilidad. Todo ello, con el foco puesto en la calidad, la especialización, la mejor selección de surtido, la garantía y la innovación de los productos y servicios que ofrecemos a nuestros clientes.

Para ello, nos apoyamos en dos fortalezas: el amplio conocimiento que tenemos del cliente, ya que contamos con más de 11,6 millones de usuarios de tarjeta de compra El Corte Inglés, y la confianza mutua que hemos afianzado a lo largo de los años. Todo esto nos permite gestionar una gran base de datos de forma responsable y respetuosa con las preferencias de cada persona, de modo que aquellos usuarios que desean estar informados reciben de manera periódica las últimas ofertas y novedades que lanzamos al mercado. Esa experiencia nos ha convertido en un *curator*, un vehículo orientado al servicio cuyo objetivo es facilitar la vida de las personas.

## DIGITALIZACIÓN Y OMNICANALIDAD

El proceso de digitalización es uno de los ejes sobre los que se sustenta el plan estratégico de la compañía. 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. El incremento del uso de los dispositivos móviles para navegar y comprar en la web, nos llevó a rediseñar totalmente nuestra tienda *online* en 2019, orientándola a la navegación móvil. Por esta misma razón, en septiembre de 2020 lanzamos una nueva *app* que fusiona los mundos *online* y *offline*, de forma que se compenetran y complementan, dando lugar a nuevas sinergias que aprovechan todas las ventajas de cada uno de ellos. Así, el cliente tiene acceso a más de 1,7 millones de referencias de todas las áreas (moda, deporte, electrónica, hogar, alimentación...); cuenta con una *home* personalizada que se configura en función de sus gustos y con ofertas individualizadas; le permite buscar los artículos de moda y accesorios mediante fotos o a través del escaneo del código de barras, y puede pagar con la tarjeta de compra El Corte Inglés desde la aplicación con un clic o con el simple escaneo de un código QR. Asimismo, ofrece la posibilidad de comprar en tienda física y solicitar el envío al domicilio desde la propia *app*, o pagar el aparcamiento en nuestros establecimientos comerciales sin pasar por el cajero, entre otras muchas funcionalidades.

Además, hemos lanzado una tarifa plana única de 19,90 euros anuales que permite al cliente elegir si quiere recibir su pedido con entrega en dos horas o en la fecha elegida.

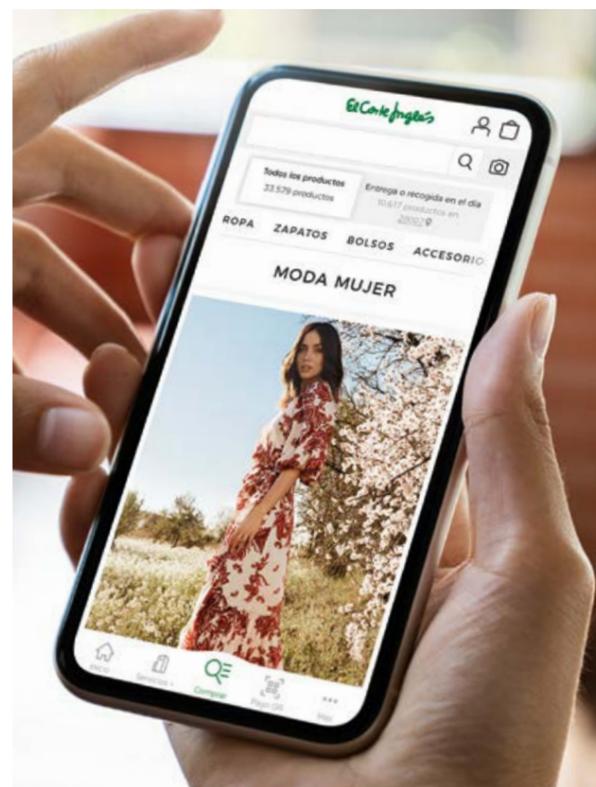
Todo ello es posible gracias a las mejoras tecnológicas y logísticas que se han puesto en marcha, ofreciendo una visión única del stock, al mismo tiempo que aumentan las opciones de reparto. De esta forma, los usuarios pueden recibir los pedidos en su domicilio o lugar de trabajo, mediante una entrega estándar o exprés, o recoger su compra en cualquiera de las tiendas de El Corte Inglés, en supermercados Supercor y en oficinas de Correos.

En este contexto, los establecimientos de El Corte Inglés se han convertido en centros logísticos para complementar los servicios ofrecidos desde los almacenes centrales, lo que ha impulsado el servicio de Entrega en el Día en 54 ciudades de España con más de 300.000 referencias disponibles.

Las sinergias entre el mundo *online* y *offline* han llevado a la compañía a potenciar tres servicios:

- Entrega en el Día: Compras *online* y entrega en dos horas o en el horario elegido.
- Click&Car: Compras *online* y recogida en el parking del establecimiento elegido.
- Recogida en Tienda: Pedidos *online* con recogida en el punto de venta seleccionado.

Todo este proceso de digitalización, unido a las circunstancias especiales que han marcado el ejercicio 2020, han incrementado el peso de nuestra venta *online* hasta situarse en un 17,4% del volumen total del negocio de *retail*.



Nuestra *app* ofrece más de 1,7 millones de productos, que se pueden enviar a domicilio o recoger en la tienda elegida por el cliente.

## DIVERSIFICACIÓN Y LIDERAZGO

El proceso de diversificación de El Corte Inglés forma parte de la estrategia a largo plazo que mantiene la compañía. En el último ejercicio, esa capacidad para buscar y aprovechar nuevas oportunidades de negocio ha dado como resultado importantes acuerdos con terceros, así como la puesta en marcha de nuevas áreas de actividad. La compañía cuenta ya con experiencia previa en este tipo de iniciativas: Viajes El Corte Inglés o El Corte Inglés Seguros son ejemplos claros de actividades que nacieron para dar servicio interno y que, tras el amplio conocimiento adquirido y el alto volumen alcanzado, empezaron a ofrecerse al exterior hasta convertirse en líderes de sus respectivos sectores (agencias de viajes y seguros).

En el ejercicio 2020 hemos dado un nuevo impulso a nuestra estrategia de diversificación mediante la puesta en marcha de nuevas unidades de negocio.

- Nos hemos aliado con MásMóvil para lanzar al mercado un operador virtual de móvil y fibra, que nos permitirá poner a disposición de nuestros clientes una completa oferta de servicios convergentes de telecomunicaciones de fibra y móvil en las mejores condiciones de cobertura y calidad bajo la marca Sweno. El objetivo es combinar la oferta de tecnología con los servicios de telecomunicaciones, especialmente en el entorno del hogar inteligente.
- Hemos iniciado los trámites y contamos ya con los permisos pertinentes para convertirnos en una comercializadora de energía. Este proyecto, que se lanzará al mercado a lo largo del ejercicio 2021, se desarrollará a través de nuestra empresa Telecor y se comercializará también bajo la enseña Sweno.
- El sector de la seguridad, en sus más diversas modalidades, es un ámbito que ofrece nuevas oportunidades y posibilidades para un grupo como El Corte Inglés. De hecho, tras adquirir la empresa de seguridad Mega2, en julio de 2020, se constituyó la compañía SICOR, que abarca diversas actividades y cuyo objetivo es ofrecer tanto a clientes particulares, como a corporativos e institucionales, una serie de servicios que van desde la seguridad y las alarmas para el hogar, a la limpieza, el mantenimiento o la logística, entre otros muchos. Por este motivo, bajo el paraguas del Grupo SICOR se han creado diversas empresas especializadas que ofrecerán productos y servicios específicos sobre cada una de esas áreas.
- La experiencia en el ámbito de la logística para abastecer nuestros establecimientos, desarrollar nuestra actividad comercial y llegar directamente a nuestros clientes, nos ha permitido sentar las bases para abrir este negocio a terceros y empezar a gestionar todo su sistema logístico, tanto a nivel internacional como nacional, regional o local.
- En el ámbito de los servicios financieros, la experiencia de nuestras empresas de seguros y los posibles acuerdos con otras entidades especializadas nos abre las puertas para desarrollar y ofrecer a los clientes productos relacionados con la gestión de fondos de inversión, gestoras de patrimonio, entre otras.

A todo ello hay que añadir otra serie de actividades que se pusieron en marcha en el ejercicio precedente y que están en proceso de consolidación, como el área de *Real Estate* para la gestión de inmuebles propios y ajenos.

## SOSTENIBILIDAD

En El Corte Inglés llevamos años trabajando para conseguir un planeta más sostenible y un futuro mejor para todos. Para ello, hemos actuado en distintos frentes que nos han permitido impulsar condiciones de fabricación adecuadas y responsables, racionalizar el consumo de los recursos y la gestión de residuos, y avanzar en nuestra vocación de vinculación con la sociedad y el entorno.

Nuestras líneas de acción han estado marcadas por los respectivos planes directores de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) que se han puesto en marcha desde 2017. El primero de ellos, que concluyó en 2020, llevaba como lema “Es responsabilidad de todos” y ponía el acento en escuchar y dar respuesta a los diferentes grupos de interés. Ahora abordamos el nuevo Plan Director de Sostenibilidad y RSC 2021-2025, aprobado por el Consejo de Administración en noviembre de 2020. Nace con una clara orientación hacia la sostenibilidad como uno de los ejes estratégicos de futuro y tiene como referencia el Pacto Verde Europeo y su objetivo de neutralidad en carbono en 2050, así como los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas para 2030 y el horizonte de los Acuerdos de París contra el Cambio Climático en 2050.



Nuestras bolsas están realizadas con un 70% de plástico reciclado y las de papel con material procedente de bosques sostenibles.

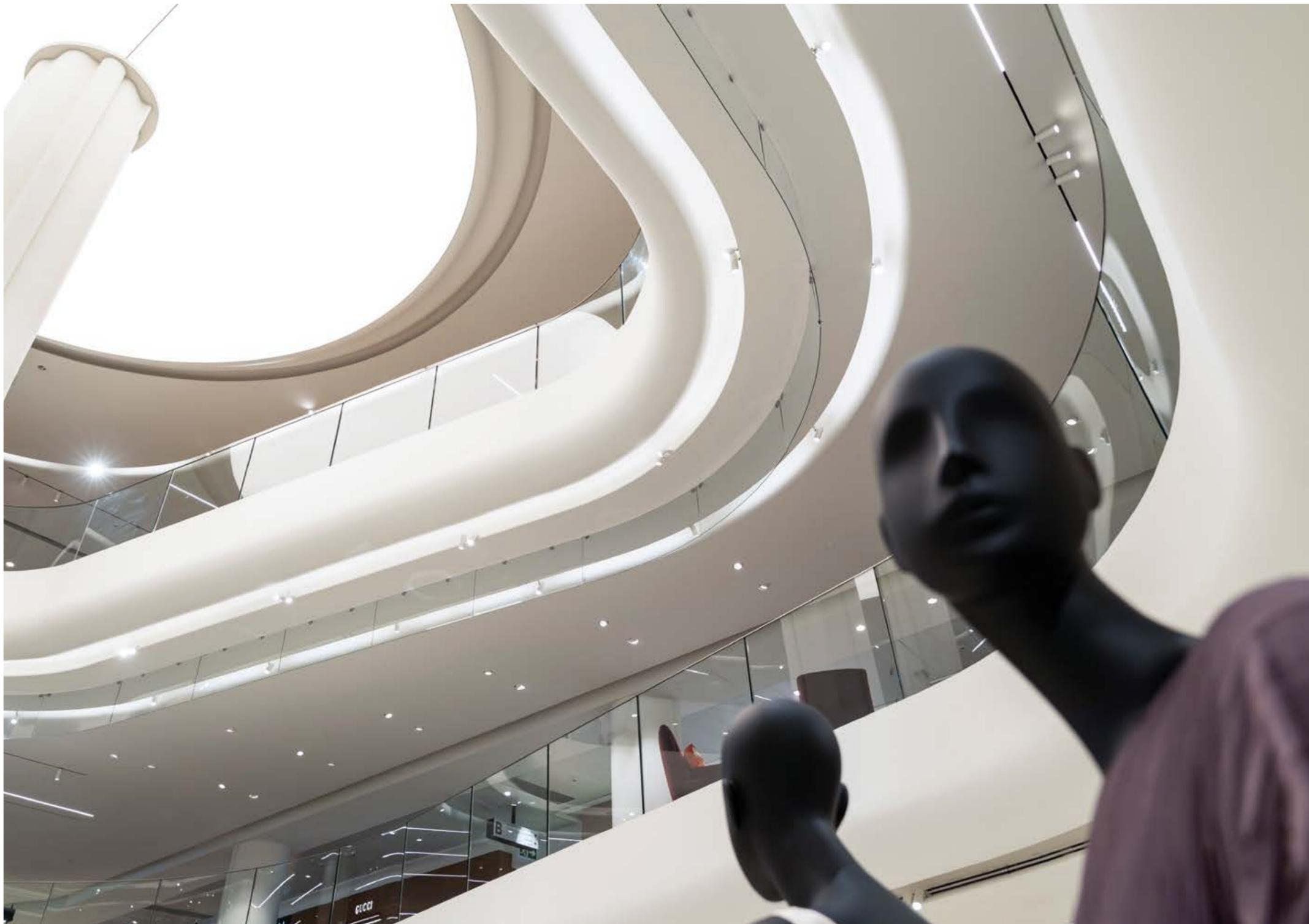
Para llevar a cabo estos propósitos, nuestro Plan Director de Sostenibilidad y RSC se estructura en cinco ejes clave sobre los que trabajar a través de distintos programas específicos. Estos ejes son:

- **Producción y Consumo Responsables.** Por un lado, centra sus esfuerzos en la cadena de suministro, orientando a los proveedores sobre las mejores prácticas de producción responsable. Y, por otro lado, tiene una clara orientación hacia el cliente, propiciando acciones de consumo responsable y dando visibilidad al sello “Responsablemente” que se lanzó en 2018.
- **Digitalización “verde”** como parte de la transformación digital de la empresa.
- **Acción por el Clima** con el objetivo de reducir la huella ambiental de nuestra actividad. En este sentido, hay que destacar el programa Residuo Cero, que ya está implantado con éxito en siete comunidades autónomas de España, y, desde abril de 2021, en algunos establecimientos de Portugal. En los próximos ejercicios se extenderá a todos los establecimientos de El Corte Inglés y Supercor.

- **Cultura Corporativa, Igualdad, Diversidad y Compromiso Social** como eje transversal. Todos estos aspectos abarcan a todas y cada una de las unidades de negocio del Grupo, en sintonía con los valores y principios de la empresa.
- **Buen Gobierno Corporativo.** Mantenemos un avance continuo en este sentido, como lo refleja la creación de la Comisión de RSC dependiente del Consejo de Administración, la puesta en marcha del Comité de RSC de carácter consultivo, así como del Comité Ejecutivo de Sostenibilidad; a ello hay que añadir la aprobación el año pasado de la Política de Responsabilidad Social Corporativa.



Utilizamos materias primas sostenibles y fibras obtenidas de materiales reciclados en nuestras colecciones de marca propia.



El Atrio, nuevo acceso de gran amplitud que conecta las plantas inferiores con las superiores en nuestro centro de Castellana (Madrid).

## PRODUCTO Y EXPERIENCIA DE COMPRA

Nuestro modelo de negocio está basado en una propuesta comercial atractiva, variada y de calidad, incorporando de forma permanente productos y servicios pioneros que den una respuesta satisfactoria a las necesidades de los clientes. Somos el gran escaparate de las marcas, un espacio único físico y *online* donde se dan cita las principales firmas de moda, hogar y decoración, belleza, electrónica y electrodomésticos, deporte, alimentación, ocio y entretenimiento. Y junto a todas esas marcas, las nuestras propias que ofrecen las últimas tendencias y altos estándares de excelencia y trazabilidad.

En este marco, El Corte Inglés ofrece una serie de rasgos que le caracterizan y le diferencian: comercio de calidad, una gran oferta especializada, una buena relación calidad-precio, atención personalizada, servicios diferenciados y pensados para satisfacer al cliente, que quedan instalados en el corpus social, y la garantía total en todas las compras. La experiencia acumulada nos ha convertido en rigurosos seleccionadores de los mejores productos y servicios; y ese es uno de los aspectos diferenciadores de El Corte Inglés. Todo esto es lo que nos ha valido la confianza de los ciudadanos y lo que nos ha convertido en un verdadero “facilitador” de la vida de las personas.

Y esa confianza mutua que mantenemos con nuestros clientes es lo que nos ha permitido evolucionar hacia un modelo de negocio capaz de vender todo tipo de productos y servicios para las personas, los hogares y las empresas. Esto enlaza con nuestra estrategia de diversificación que ya no sólo incluye moda, alimentación, viajes o seguros, sino también la posibilidad de instalar un sistema de seguridad con alarmas en el domicilio, recibir asesoramiento sobre la gestión de patrimonio, o contratar energía en nuestros establecimientos, y pagar cada mes con la tarjeta de compra El Corte Inglés.

Propiciamos experiencias únicas a los clientes que entran en nuestras tiendas ofreciendo los mejores espacios comerciales, entornos en los que se pueden encontrar la última tendencia en moda y los últimos modelos de tecnología, pero también la mejor propuesta gastronómica, un asesoramiento personalizado en belleza, o un evento cultural. Y todo ello, con sus respectivas extensiones en el hábitat digital.

El círculo, por tanto, se cierra con la digitalización y la omnicanalidad que permite una interrelación constante entre el mundo físico y el entorno *online* para que el usuario pueda encontrar indistintamente estos productos y servicios en la tienda, en la web o en la *app*.

## CONTRIBUCIÓN A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

El Grupo El Corte Inglés está plenamente alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Para ello, involucra a todos sus grupos de interés a través de diversas iniciativas comerciales y sociales, con el fin de alcanzar los compromisos de la Agenda 2030 sobre el desarrollo sostenible.

Estamos comprometidos con todos los ODS, aunque nuestros ejes estratégicos se centran en aquellos que tienen una vinculación mayor con la actividad de nuestras líneas de negocio.

| ODS   | Principales acciones   | Indicadores   |
|---|--|---|
|    | <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>En la Gran Recogida de diciembre se recaudaron 1,8 millones de euros.</li> <li>1,7 millones kg de alimentos.</li> </ul>  |
|    | <ul style="list-style-type: none"> <li>Seguridad y salud 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> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>84.598 asistentes a cursos de formación de PRL.</li> <li>16 millones invertidos en materia de seguridad y salud.</li> <li>Despliegue Plan de medidas preventivas frente al Covid-19.</li> <li>3.105 auditorías internas Covid-19 y 4.581 comprobaciones de calidad del aire.</li> <li>31.408 test rápidos de anticuerpos.</li> <li>2.884 test antígenos.</li> <li>Servicio sanitario propio compuesto por 84 médicos y 148 enfermeros.</li> <li>448 análisis en productos de marca propia.</li> <li>882 auditorías de seguridad alimentaria realizadas.</li> </ul> |
|  | <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>1.160.781 horas de formación.</li> <li>14,3 millones de euros en formación.</li> <li>1.315 alumnos.</li> </ul>   |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Apoyo a la mujer en el entorno laboral y fomento de su progresión profesional.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>63,9% mujeres en el Grupo.</li> <li>37,1% mujeres en puestos de responsabilidad.</li> <li>Compromiso alcanzado de que el 50% de los nuevos puestos de responsabilidad estuvieran ocupados por mujeres a finales de 2020.</li> </ul>  |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Compra de 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 en España es renovable.</li> <li>141.538.632 kWh de reducción de consumo energético.</li> <li>+ de 4.000 puntos de telemetría de consumo energético.</li> </ul>  |

| ODS   | Principales acciones   | Indicadores  |
|---|--|--|
|    | <ul style="list-style-type: none"> <li>Empleo.</li> <li>Contratación de jóvenes.</li> <li>Aplicación de la diligencia debida en nuestra cadena de suministro para verificar, mediante auditorías ASG<sup>1</sup>, el respeto de los Derechos Humanos.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>94,5% de la plantilla con contrato indefinido.</li> <li>Un 46,7% de los nuevos contratos fueron a menores de 30 años.</li> <li>2.647 auditorías ASG a fábricas de proveedores de marca propia.</li> </ul>   |
|    | <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 mujeres víctimas de violencia de género.</li> <li>Sensibilización con el colectivo LGBTI.</li> </ul>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>1.223 empleados con discapacidad.</li> <li>10,7% plantilla menor de 30 años, 58,6% plantilla entre 30 y 50 años y 30,7% de la plantilla con más de 50 años.</li> </ul>  |
|    | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sistema de gestión Residuo Cero.</li> <li>Instalación de puntos de recarga para vehículos eléctricos.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>54.171 toneladas de residuos valorizados en nuestros centros.</li> <li>264 puntos de recarga para vehículos eléctricos.</li> </ul>  |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Políticas de suministro responsable.</li> <li>Oferta de productos y servicios basada en la Guía de Producto Sostenible.</li> <li>Implantación de Residuo Cero.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Más de 107.000 referencias únicas de productos con algún atributo de sostenibilidad.</li> <li>2025 compromiso para que el 100% de centros comerciales de El Corte Inglés y Supercor estén certificados en Residuo Cero.</li> <li>51 centros comerciales y plataformas con sistema de gestión Residuo Cero.</li> </ul> |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <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 <i>Packaging</i> Sostenible.</li> <li>Acciones encaminadas a la mitigación del cambio climático.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>239.943 kg de ropa y calzado gestionados.</li> <li>49 puntos de recogida.</li> <li>Guía de <i>Packaging</i> Sostenible para compradores.</li> <li>8,5% de reducción emisiones desde 2018.</li> </ul>  |
|  | <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 200 organizaciones e instituciones.</li> </ul>  |

<sup>1</sup> ASG: Ambientales, Sociales y de Buen Gobierno



La ciudad de Madrid rinde homenaje a Isidoro Álvarez, Presidente de El Corte Inglés durante más de 25 años, con una calle que lleva su nombre en el distrito de Arganzuela.

# Nuestro Gobierno

Nuestra cultura empresarial y los valores corporativos que nos guían, orientan el comportamiento ético y permiten garantizar el crecimiento responsable del negocio.

El Grupo El Corte Inglés tiene definido un modelo de Gobierno Corporativo conforme a las mejores prácticas aplicables y a la observación de una serie de valores y principios éticos que resultan fundamentales para salvaguardar la transparencia, la eficacia y la responsabilidad en la gestión de su modelo de negocio. Todo ello, con el propósito de generar confianza a sus accionistas e inversores y crear valor compartido a largo plazo para todos sus grupos de interés.

#### Asuntos materiales vinculados

- Buenas prácticas de Gobierno Corporativo y comportamiento ético
- Prevención del blanqueo de capitales
- Ciberseguridad y seguridad de la información

## NUESTROS PRINCIPIOS, VALORES Y COMPROMISOS

El Corte Inglés promueve una cultura y unos valores corporativos que orientan el comportamiento ético y permiten garantizar el crecimiento responsable del negocio



Por eso, el modelo empresarial de El Corte Inglés 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. Todo esto se recoge en el Código Ético, aprobado por el Consejo de Administración en septiembre de 2017. Con este documento, el Grupo El Corte Inglés se compromete a desarrollar su actividad empresarial en línea con estos valores y principios éticos y responsables.

El Código Ético se desarrolla principalmente a través de:

- **1. Las Políticas Corporativas**, que establecen los principios de comportamiento que deben seguir los empleados y directivos del Grupo en aspectos específicos, y que son las siguientes:
  - Cumplimiento normativo
  - 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
  - Recursos humanos
  - Protección de datos
  - Control y gestión de riesgos
  - Igualdad y diversidad
  - Seguridad de la información
  - Fiscal corporativa
  - Financiera corporativa

Estas cuatro últimas políticas han sido aprobadas por el Consejo de Administración en el ejercicio 2020.

- **2. El Programa de cumplimiento**, que se encarga de definir el sistema de organización, prevención, gestión y control de riesgos de incumplimiento de El Corte Inglés, recopilando los procedimientos y controles existentes, de acuerdo con las exigencias previstas en la normativa española en materia de gestión de riesgos penales.
- **3. El Procedimiento corporativo para la gestión de los conflictos de intereses**, por el que se fijan las normas de conducta y el procedimiento a seguir por todas las empresas del Grupo El Corte Inglés, sus órganos de administración, directivos y empleados. Todo ello, para prevenir, evitar, gestionar y solucionar, en su caso, potenciales conflictos de intereses.

Las políticas y procedimientos se encuentran disponibles públicamente 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)



Además del Código Ético, El Corte Inglés también cuenta desde 2017 con un Canal Ético, una vía de comunicación (directa, confidencial y transparente), que permite reforzar la relación de confianza tanto con los miembros del Grupo como con otras partes interesadas. De esta forma, es posible informar sobre comportamientos que puedan conllevar alguna irregularidad, sobre actos contrarios a la legalidad o a las normas de comportamiento del Código Ético y a otras normas internas aplicables que sean cometidos por miembros del Grupo o por personas de empresas que colaboran con El Corte Inglés en sus distintas actividades.

Durante el ejercicio 2020 se recibieron 596 comunicaciones a través del Canal Ético, de las cuales, 530, al ser de naturaleza puramente comercial, fueron derivadas a los servicios de atención al cliente para su resolución más efectiva.

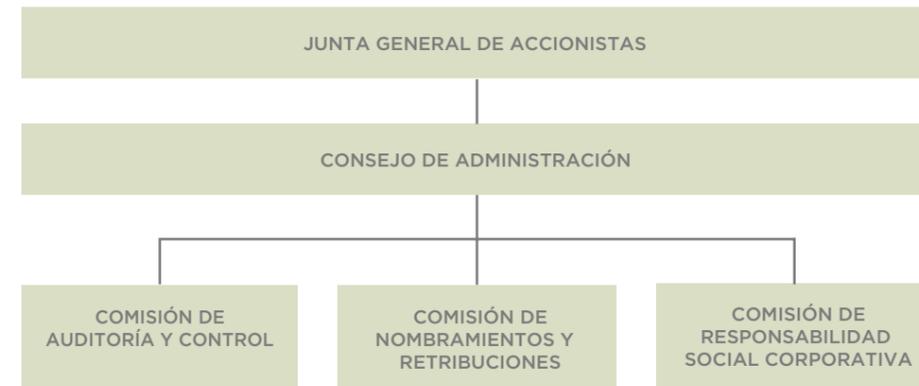
De las 66 comunicaciones restantes, 1 se trasladó a la Comisión Instructora de Tratamiento de Situaciones de Acoso de El Corte Inglés (CITSA) y 65 fueron instruidas por la Función de Cumplimiento. En 48 se analizaron indicios de posibles incumplimientos de los principios contenidos en el Código Ético y en 17 se trataron cuestiones concretas en los ámbitos laboral, de prevención de riesgos y protección de datos.

En comparación con el ejercicio anterior, las reclamaciones por cuestiones diferentes a las comerciales pasaron de 50 a 66, incluyendo 13 directamente relacionadas con las medidas de prevención contra el Covid-19.

En un ejercicio tan marcado por la pandemia del Covid-19, el hecho de que las comunicaciones relacionadas con las medidas de protección frente al coronavirus hayan sido solo 13, demuestra una adecuada gestión de la crisis sanitaria por parte de un Grupo con más de 80.000 empleados y en torno a 2.000 puntos de venta.

## NUESTRO MODELO DE GOBIERNO CORPORATIVO

En su compromiso con alinearse con las mejores prácticas de Gobierno Corporativo, el Consejo de Administración de El Corte Inglés ha impulsado en los últimos años cambios significativos en la gobernanza del Grupo. En esa línea, se han constituido tres Comisiones en su seno, siguiendo las recomendaciones de los organismos reguladores, en especial, las contenidas en el Código de Buen Gobierno de las sociedades cotizadas y en la Guía Técnica 3/2017 sobre Comisiones de Auditoría de Entidades de Interés Público.



A excepción de las materias reservadas a la competencia de la Junta General de Accionistas, el Consejo de Administración es el máximo órgano de decisión de la Sociedad. El Consejo de Administración se rige por los Estatutos Sociales de El Corte Inglés, donde se desarrollan las normas que regulan tanto su funcionamiento interno como el de sus comisiones.

Entre los hechos relevantes ocurridos en el Consejo de Administración de El Corte Inglés durante el ejercicio 2020 cabe destacar:

- El nombramiento de D. José Ramón de Hoces Íñiguez como consejero de la Sociedad.
- La reelección como consejeros de D<sup>a</sup> Marta Álvarez Guil, D<sup>a</sup> Cristina Álvarez Guil y D. Shahzad Shahbaz.

Ambos acuerdos fueron aprobados por la Junta General de Accionistas celebrada el 26 de julio de 2020.

- La dimisión del Vicesecretario no consejero D. Juan Moral de la Rosa, en el Consejo de Administración celebrado el 16 de septiembre de 2020.
- La baja como consejero de la Sociedad de D. Carlos Martínez Echavarría, motivada por su dimisión en el mes de octubre de 2020. El Corte Inglés reconoce y agradece la labor prestada en el Consejo durante sus más de 29 años de participación como consejero.

En el ejercicio 2020 el Consejo de Administración de El Corte Inglés, S.A. celebró 11 reuniones.

## CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE EL CORTE INGLÉS A 28 DE FEBRERO DE 2021



- (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).

## REMUNERACIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Los criterios de remuneración para el máximo órgano de gobierno se rigen de acuerdo a lo establecido en los Estatutos Sociales de la Sociedad. Corresponde al Consejo de Administración determinar la cantidad a abonar a los consejeros dentro del límite fijado por la Junta General de Accionistas, tomando en consideración las funciones y responsabilidades atribuidas a cada consejero y, en su caso, la periodificación de su percepción a lo largo de cada ejercicio social.

La remuneración media percibida por los miembros del Consejo de Administración 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

| Concepto                            | Mujeres    | Hombres    |
|-------------------------------------|------------|------------|
| Retribución media 2020 <sup>2</sup> | 1.558.149€ | 1.797.113€ |
| Retribución media 2019              | 1.150.849€ | 2.812.057€ |
| Retribución media 2018              | 1.340.434€ | 3.104.926€ |

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

## 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.

Está formada por un consejero independiente, que ejerce de presidente, D. Fernando Becker Zuazua, y por dos consejeras, D<sup>a</sup>. Cristina Álvarez Guil y D<sup>a</sup>. Paloma García Peña. Actúa como secretario el consejero-secretario D. José Ramón de Hoces Íñiguez.

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

- Supervisar la eficacia del control interno, la auditoría interna y los 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 relevantes con partes vinculadas.
- 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.

La CAC ha mantenido 11 reuniones en el ejercicio 2020.

<sup>2</sup> Para un mayor detalle ver Anexo I (página 211).

## 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. Está formada por cuatro consejeros: D<sup>a</sup> Marta Álvarez Guil, D<sup>a</sup> Cristina Álvarez Guil, D<sup>a</sup> Paloma García Peña y D. Shahzad Shahbaz. El secretario de la misma es el consejero-secretario D. José Ramón de Hoces Íñiguez.

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.

La CNR durante el ejercicio 2020 ha mantenido 3 reuniones.

Con posterioridad al cierre del ejercicio, D<sup>a</sup> Marta Álvarez Guil ha sido nombrada presidenta de esta Comisión en la reunión celebrada el 24 de marzo de 2021.

## 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. Manuel Pizarro Moreno, 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). Su secretario es el consejero-secretario D. José Ramón de Hoces Íñiguez.

Las principales competencias de esta Comisión son:

- La supervisión de la ejecución del Plan Director de RSC y sus compromisos con nuestros grupos de interés.
- La definición del propósito de marca corporativa, así como el análisis de riesgos tanto reputacionales como ambientales, sociales y de buen 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).

Como hechos relevantes de este ejercicio cabe señalar: la aprobación del Plan Director de Sostenibilidad y RSC para el periodo 2021-2025, así como la formulación del Estado de Información no Financiera 2019 para su aprobación por el Consejo de Administración.

La CRSC ha mantenido 7 reuniones en el ejercicio 2020.

## ESTRUCTURA ACCIONARIAL A 28 DE FEBRERO DE 2021

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%.

Durante los últimos meses del ejercicio 2020 se llevó a cabo un programa de compra de acciones a empleados y accionistas minoritarios. Este proceso ha situado el porcentaje de acciones en cartera en el 9,07%.

## RESPUESTA AL COVID-19

La crisis sanitaria del Covid-19 fue tratada por primera vez en la Comisión de Auditoría y Control celebrada el 25 de febrero de 2020, donde ya se solicitó un informe para evaluar los riesgos que pudieran impactar en la actividad del Grupo. En el Consejo de Administración del 17 de marzo de 2020 se decidió constituir una Comisión de Alerta Sanitaria y se adoptaron las primeras medidas necesarias para garantizar la seguridad y la salud, tanto de todos los empleados del Grupo como de clientes y demás grupos de interés, en función de las medidas adoptadas por el Gobierno de España y de cada comunidad autónoma.

A lo largo de las sucesivas reuniones del Consejo de Administración se han ido facilitando las medidas adoptadas por la Sociedad para mitigar los efectos de la pandemia, tanto de seguridad y salud, como laborales o financieras para hacer frente a la estabilidad de los negocios en un momento de crisis económica.

## CUMPLIMIENTO NORMATIVO

### LA FUNCIÓN DE CUMPLIMIENTO

La Función de Cumplimiento, conforme se contempla en su regulación interna (estatuto, reglamento y programa), se define como una función independiente que, bajo las directrices del Código Ético y de las políticas corporativas, detecta, evalúa, gestiona e informa al órgano de administración sobre el riesgo de incumplimiento de las obligaciones normativas, tanto externas como internas, derivadas de todas las actividades y negocios desarrollados por las empresas del Grupo El Corte Inglés.

Entre sus competencias principales destacan las relativas a:

- La identificación y evaluación del riesgo de incumplimiento en el Grupo y la determinación de la idoneidad de los controles y procedimientos para su prevención y mitigación.
- La evaluación e informe del impacto de posibles nuevos riesgos de incumplimiento derivados de modificaciones del entorno normativo.
- La supervisión del sistema de gestión de cumplimiento normativo en general y del penal en particular.
- La promoción, actualización y monitorización del Código y del Canal Ético así como de las políticas de cumplimiento del Grupo.

La coordinación de la Función de Cumplimiento en el modelo de gobierno del Grupo se vertebra a través de:

- El Consejo de Administración, como responsable último de la aplicación y supervisión de las Políticas Corporativas, a través de la Comisión de Auditoría y Control.
- La Dirección, como responsable de aplicar las políticas y procedimientos y de actuar bajo principios de ética y responsabilidad social.
- El responsable de la Función de Cumplimiento Normativo (*Chief Compliance Officer* o CCO) encargado de impulsar y supervisar el sistema de gestión de riesgos de incumplimiento. Reporta directamente al Consejo de Administración a través de la Comisión de Auditoría y Control.
- El Comité de Cumplimiento y de Control de Riesgos, como órgano colegiado de naturaleza ejecutiva y orientado a la toma de decisiones, tiene encargada la tarea de asesorar al responsable de la Función de Cumplimiento y al responsable de Control y Gestión de Riesgos del Grupo, en todos los aspectos que considere relevantes.
- El departamento de Desarrollo Corporativo Interno (DCI) que, bajo las directrices del CCO, coordina y tutela el trabajo de campo en materia de cumplimiento.



Entre los hechos más relevantes del ejercicio en el ámbito de la Función de Cumplimiento, son de destacar:

- La participación en la actualización del Mapa de Riesgos Corporativo para incorporar el impacto de la crisis sanitaria derivada de la pandemia de Covid-19.
- La transformación del Comité de Cumplimiento. Hasta el ejercicio 2020 era de naturaleza consultiva. En enero de 2021 se ha convertido en un órgano de naturaleza ejecutiva, orientado a la toma de decisiones, y enfocado a las actividades clave de Cumplimiento e integrado con el Comité de Control de Riesgos, al objeto de agilizar su funcionamiento y optimizar el tiempo y recursos dedicados por sus integrantes.

El plan de trabajo de la Función de Cumplimiento durante el ejercicio 2020 ha tenido como principal objetivo la difusión de los valores y principios de comportamiento del Grupo para la mitigación de los riesgos de cumplimiento normativo.

En cuanto a los programas de comunicación y divulgación ética y de cumplimiento, todos los meses, bajo el hashtag *#EticaCumplimientoIntegridad*, se han publicado en la intranet, NEXO, distintos mensajes específicos relacionados con esta temática.

Respecto al plan de formación continua sobre cultura, principios y cumplimiento éticos, en el ejercicio 2020 se han alcanzado los siguientes registros:

| Formación ética y compliance | Número |
|------------------------------|--------|
| Empleados formados           | 59.743 |
| Horas impartidas             | 26.264 |

### LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN, EL SOBORNO Y EL BLANQUEO DE CAPITALS

En cuanto a la lucha contra la corrupción y la prevención del soborno y el blanqueo de capitales, el Grupo El Corte Inglés cumple con las leyes nacionales (Ley 10/2010, de prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo) e internacionales de los países en los que desarrolla sus negocios, así como con otros compromisos más restrictivos en esta materia adquiridos de forma voluntaria.

Las políticas establecidas por el Grupo El Corte Inglés para luchar contra la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales, en el ámbito del control y gestión de riesgos de naturaleza penal, son las siguientes:

- Política corporativa contra la corrupción y el fraude
- Política corporativa de prevención del blanqueo de capitales y financiación del terrorismo
- Política y procedimiento de regalos y hospitalidades
- Política y procedimiento de relaciones con empleados públicos y entidades privadas
- Política y procedimiento de donaciones y patrocinios

Estas políticas tienen como objetivo implantar las medidas organizativas, técnicas y disciplinarias para lograr una posición preventiva y proactiva que demuestren un control eficaz de estos riesgos en todos los ámbitos de su actividad empresarial.

Asimismo, se ha establecido una estructura organizativa adecuada dirigida al cumplimiento de las obligaciones previstas en la Ley 10/2010, y para ello:

- Se ha designado un Representante ante el Servicio Ejecutivo de la Comisión de Prevención de Blanqueo de Capitales (SEPBLAC).
- Se ha configurado un Órgano de Control Interno (OCI) sobre esta temática, con representación de distintas áreas de negocio de los sujetos obligados del Grupo.
- Se dispone de una Unidad especializada para la Prevención de Blanqueo de Capitales, así como de distintas Unidades Técnicas para el análisis de operaciones.

Complementariamente, se han elaborado e implantado procedimientos específicos para la prevención del blanqueo de capitales en las empresas del Grupo, que regulan y desarrollan, entre otras, las siguientes materias: política de admisión de clientes, idoneidad en la contratación de empleados y directivos, formación específica para el personal afecto, análisis y comunicación de operaciones.

Finalmente, se ha procedido a la monitorización y revisión periódica anual del sistema implantado. Dicha evaluación es verificada por un experto externo independiente.



Tienda de Tarragona

## SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN Y CIBERSEGURIDAD

Debido al actual proceso de digitalización, tanto la seguridad de la información como la ciberseguridad son ámbitos que han ido adquiriendo mayor relevancia en los últimos años. Del mismo modo, el Covid-19 ha acelerado la implantación de nuevas formas de trabajo que han precisado incrementar las medidas de seguridad.

En ese sentido, el 25 de noviembre de 2020, el Consejo de Administración de El Corte Inglés aprobó la política corporativa de seguridad de la información, con el objeto de garantizar una protección adecuada de la información, de tal modo que las empresas del Grupo estén preparadas para prevenir, detectar, reaccionar y recuperarse de incidentes de seguridad de la información. Así, esta política establece los principios generales que deben regir el tratamiento de la información en todas las empresas del Grupo.

El Grupo dispone de un área específica de ciberseguridad, manteniéndose una continua comunicación con otros departamentos técnicos para desarrollar múltiples sinergias que permitan mantener una defensa eficaz a las distintas amenazas cibernéticas.

Asimismo, en el Grupo existen otras estructuras permanentes y operativas que elaboran y aprueban los aspectos normativos y de control de la seguridad de la información. Entre ellos, cabe destacar el Comité de Seguridad de la Información y los distintos grupos de trabajo constituidos donde se elaboran normativas y procedimientos y se trabaja para ampliar el conocimiento y formación de los empleados en estos temas. Además, el Grupo dispone de un Centro de Operaciones de Seguridad con capacidad de análisis y respuesta a ciberincidentes las 24 horas del día, 7 días de la semana, y diversas células operativas que se activan cuando existen señales de alerta o de la gestación de una crisis, como es el CSIRT (equipo de respuesta a incidentes de seguridad) o al Comité de Crisis.

## INFORMACIÓN PARA EL ACCIONISTA

Las Juntas Generales Ordinaria y Extraordinaria, en su caso, de accionistas de El Corte Inglés, S.A., convocadas cada ejercicio, son el principal canal de información para los accionistas.

Con tal motivo, con la antelación de un mes al día de su celebración los accionistas tienen a su disposición la documentación sobre los asuntos sometidos a aprobación en la correspondiente Junta General.

Los accionistas pueden consultar en la web [www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es/](http://www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es/) la siguiente información:

- Información financiera
- Gobierno corporativo
- RSC
- Informes anuales



En los momentos más duros de la pandemia nuestro personal estuvo en primera línea prestando un servicio clave y esencial a la sociedad.

# Nuestro entorno

Nuestra capacidad de adaptación e innovación nos han permitido afrontar con determinación y vocación de servicio el ejercicio 2020, marcado desde el inicio por el Covid-19 y las medidas sanitarias.

## UN AÑO CONDICIONADO POR EL COVID

El periodo de pandemia en el ejercicio 2020 comienza con una serie de fechas clave:

- A finales de diciembre de 2019, China empezó a registrar los primeros casos de Covid-19 y a implantar medidas restrictivas que afectaban directamente a nuestra cadena de suministro.
- El 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud declaró como pandemia internacional la situación de emergencia de salud pública ocasionada por el virus SARS-CoV-2 (COVID-19).
- El 14 de marzo de 2020 el Gobierno decretó el estado de alarma, limitando la libertad de circulación ciudadana a determinados supuestos y decretando el cierre de la mayoría de comercios y la totalidad de los lugares de ocio, educativos y culturales. Con dicha medida se inició el periodo de confinamiento en todo el país.

Nuestro ejercicio económico 2020 ha estado marcado desde el inicio por la pandemia del Covid-19, que ha impactado significativamente en la actividad de todas las empresas del Grupo El Corte Inglés. Los efectos de esta situación de emergencia se han sentido en todos los eslabones de la cadena, desde nuestros proveedores a los clientes, desde nuestros establecimientos comerciales a los profesionales que desarrollan su labor en ellos. Como muchas empresas españolas, hemos sufrido los embates de una situación sanitaria, social y económica sin precedentes.

Nuestra actividad comercial se ha visto mermada de forma considerable, primero por el cierre de los establecimientos, salvo los servicios esenciales, y, después, por las continuas y diferentes restricciones que hemos vivido a nivel autonómico durante todo el año. Aunque, sin duda, la parte del negocio que se ha visto más afectada ha sido Viajes El Corte Inglés, donde los ingresos han caído en casi un 90%.

Todo ello ha puesto a prueba nuestra capacidad de reacción y nuestra agilidad. Desde el primer momento, empezamos a tomar medidas para minimizar las consecuencias económicas de una situación que ha impactado en todo el conjunto de la sociedad española. Hemos desarrollado nuevos proyectos, hemos impulsado nuevas iniciativas y hemos buscado nuevas oportunidades que afiancen nuestro futuro como grupo empresarial. Y lo hemos hecho en el ámbito de la digitalización, de la diversificación, de las finanzas, de la sostenibilidad. Garantizamos a los ciudadanos el suministro de productos esenciales desde nuestras tiendas, impulsamos nuestros sistemas de información, optimizamos las capacidades logísticas,



Visita del Presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, a nuestro taller de costura, que se transformó para fabricar mascarillas.

potenciamos servicios de cara al cliente, nos dotamos de nuevas coberturas financieras, y buscamos nuevas oportunidades de futuro, tal y como se detalla a lo largo de este informe.

Podemos considerar el ejercicio 2020 totalmente diferente y no comparable con ninguno anterior.

Pero, si desde el punto de vista de negocio ha sido un año difícil, desde el punto de vista social y humano, nos sentimos satisfechos de haber podido ayudar al conjunto de la sociedad española en los momentos que más lo necesitaba. En los meses más duros del confinamiento dimos respuesta desinteresada a la gran mayoría de solicitudes que nos llegaron, desde productos de alimentación, a artículos de higiene y desinfección, material sanitario, equipaciones para hospitales, residencias de ancianos y albergues, ayudas a mujeres víctimas de violencia de género, juguetes a niños hospitalizados. Respondimos con celeridad para dar prioridad al personal sanitario en sus compras de alimentación con envío gratis a su domicilio, y marcamos la pauta al dar preferencia en nuestros establecimientos comerciales a las personas mayores y a las más vulnerables, proporcionando franjas horarias y líneas de caja especiales.

También pusimos nuestros recursos a disposición de las instituciones públicas (Gobierno de España, gobiernos autonómicos y ayuntamientos), según se detalla en la información que sigue a continuación. La vinculación del Grupo con todos los estamentos del Estado nos ha permitido, asimismo, ser anfitriones de visitas institucionales a nuestras instalaciones.

Tuvimos ocasión de recibir a SS.MM. los Reyes de España, acompañados por miembros del Gobierno y otras autoridades, en nuestro Centro de Distribución y Alimentación (CEDIAL) en Madrid. También al presidente del Gobierno, D. Pedro Sánchez, en el taller de costura de Madrid donde se fabricaron mascarillas para el personal sanitario. Y organizamos numerosos actos de homenaje a las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado frente a los centros de El Corte Inglés que poseemos a lo largo de la geografía española. Uno de ellos fue el celebrado a las puertas de nuestro establecimiento de Preciados (Madrid), al que acudieron la presidenta de la Comunidad de Madrid, D<sup>a</sup> Isabel Díaz Ayuso, y el alcalde de la capital, D. José Luis Martínez-Almeida. A todo ello hay que sumar otra serie de visitas institucionales a nivel autonómico y local.



Lo más importante es que las ayudas que proporcionamos llegaron a la práctica totalidad de España y Portugal y, especialmente, a aquellas localidades que más sufrieron el impacto de la pandemia. El Corte Inglés estuvo, una vez más, al lado de la sociedad.

A continuación, se resume la respuesta de El Corte Inglés a esta situación. Estos aspectos se complementan con los contenidos específicos expuestos sobre la pandemia en los distintos capítulos del EINF2020.

Visita de SS.MM los Reyes de España a nuestro Centro de Distribución y Alimentación en Madrid.

| Nuestros clientes  | Nuestros empleados  | Nuestros proveedores   |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios especiales para dar prioridad a personas mayores y personal sanitario.</li> <li>• Nuevos servicios de reparación a domicilio y teleasistencia para equipos electrónicos durante el confinamiento.</li> <li>• Refuerzo de servicios omnicanales: Click&amp;Car, Recogida en Tienda y Entrega en el Día.</li> <li>• Seguridad y salud en nuestros establecimientos: distanciamiento social, control de afluencia y climatización.</li> <li>• Abastecimiento de productos de primera necesidad: incremento de stock de seguridad.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevas medidas sanitarias: mascarillas, geles hidroalcohólicos, mamparas biológicas.</li> <li>• Teletrabajo para todos aquellos puestos que fuera posible.</li> <li>• Protocolo de diagnóstico y control sanitario.</li> <li>• Ayuda en la implantación de medidas a empresas colaboradoras: más de 18.000 empleados.</li> <li>• Formación sobre medidas preventivas y sensibilización.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrecha colaboración con proveedores locales, muchos de ellos afectados por el cierre de la hostelería.</li> <li>• Apoyo e impulso del producto local y nacional.</li> <li>• Incremento de proveedores nacionales para gran consumo y electrodomésticos, principalmente</li> </ul> |

## Respuesta social

|   |  |
|---|--|
| <b>Colaboración con Administraciones Públicas</b> | <p>Se puso a disposición del Gobierno de España nuestra oficina comercial en Asia para realizar compras de material sanitario.</p> <p>Primer hotel medicalizado: se puso a disposición de la Comunidad de Madrid el Hotel Ayre Gran Colón.</p> <p>Reconversión de nuestro taller de costura en Tomás Bretón (Madrid) para la elaboración de mascarillas, en un momento en el que los recursos sanitarios eran escasos por la alta demanda.</p> <p>Donación de ropa de cama para el hospital de campaña de Ifema.</p>   |
| <b>Colectivos vulnerables</b>                     | <p>Recaudación a través de campañas solidarias como Unidos Ayudamos Más, en colaboración con: Cáritas, Cruz Roja, la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL), Fundación ONCE y UNICEF España.</p> <p>Donación de alimentos en colaboración con organismos públicos y organizaciones benéficas: Operación kilo virtual y Gran Recogida en colaboración con el Banco de Alimentos, entre otras.</p> <p>Donaciones a través de la entrega de tarjetas regalo El Corte Inglés a ONG.</p> <p>Donación de juguetes a la Fundación Aladina para niños hospitalizados.</p> |



Donación de equipamiento para el pabellón de personas sin hogar habilitado por el Ayuntamiento de Zaragoza en marzo de 2020.

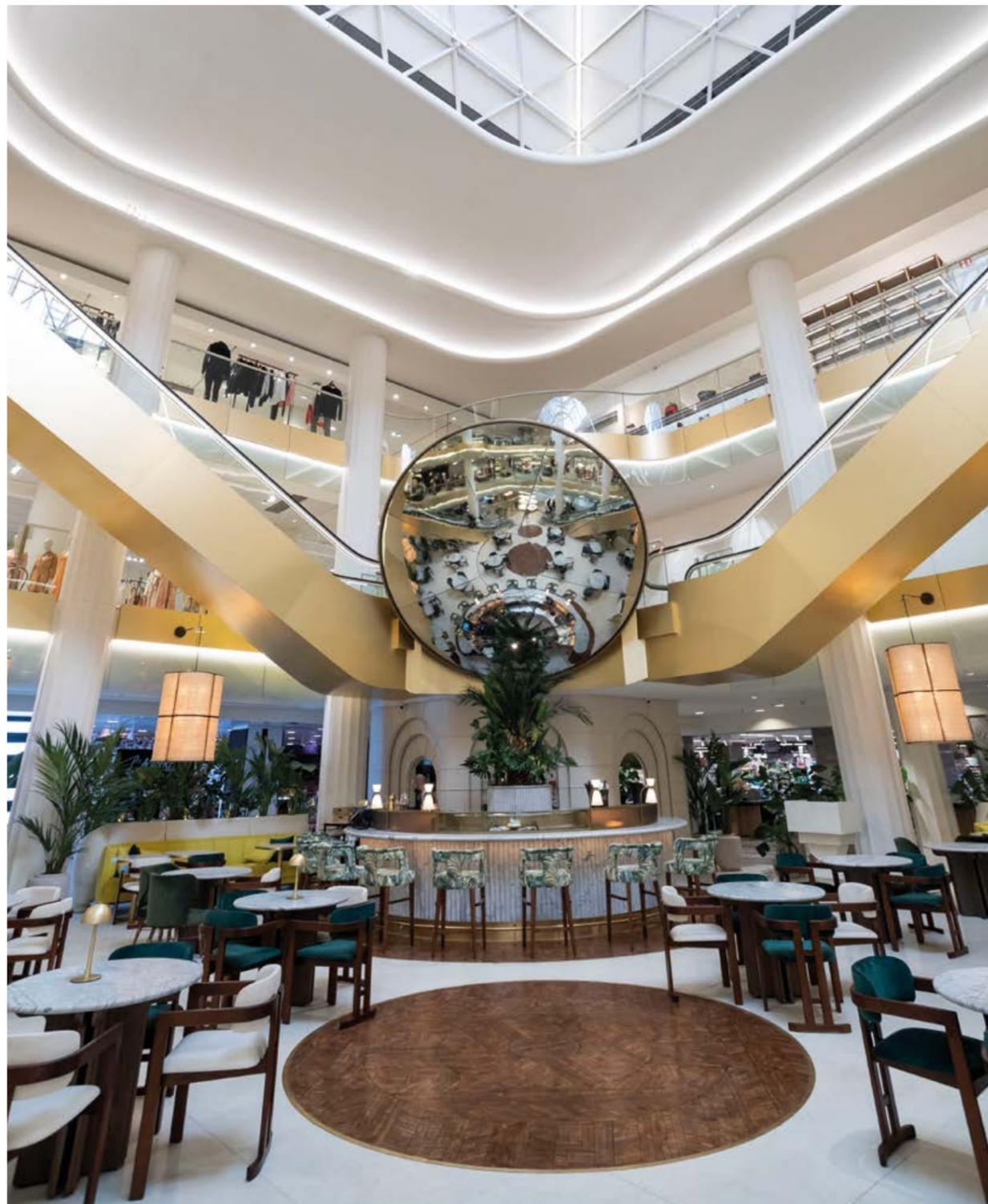
## Desde El Corte Inglés facilitamos recursos y prestamos ayuda en España y Portugal, a través de iniciativas locales.

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| <b>Andalucía</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Donación de toallas para albergues municipales del Ayto. de Córdoba</li> <li>• Material de limpieza para la Policía de Córdoba</li> <li>• Ropa para los albergues del Ayto. de Sevilla y otras asociaciones</li> <li>• Donación de <i>tablets</i> para las UCIS de los Hospitales</li> <li>• Camas y colchones para el Hospital El Neveral de Jaén</li> <li>• Colaboración con el Ayto. de Jerez</li> <li>• Productos de limpieza y desinfección en Mijas y Marbella</li> </ul> |
| <b>Aragón</b>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipación de más de 100 camas para el pabellón de personas sin hogar del Ayto. de Zaragoza</li> <li>• Textil para varias residencias de ancianos del IASS</li> <li>• Productos para el Banco de Alimentos y mascarillas y guantes para los repartos</li> </ul>   |
| <b>Baleares</b>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Donación de electrodomésticos y agua para el albergue del Ayto. de Palma de Mallorca</li> <li>• Donación de gorros al Hospital Son Espases</li> <li>• Donación de máscaras de buceo</li> </ul>  |
| <b>Canarias</b>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ropa de cama y menaje para el Hospital materno infantil</li> </ul>  |
| <b>Cantabria</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Material de limpieza, desinfección y protección personal para la Policía Local y Ambulancias</li> </ul>   |
| <b>Castilla - La Mancha</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Parabanes para el Hospital General Universitario de Albacete</li> <li>• Ropa de cama para el hospital de campaña de Albacete</li> <li>• Material de protección para el Hospital Perpetuo Socorro</li> </ul>   |
| <b>Castilla y León</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Tablets</i>/móviles y pijamas para el Hospital de campaña de Valladolid</li> <li>• Donación de guantes, gorros y batas a la Junta de Castilla y León</li> <li>• Ropa de cama y menaje para el albergue de los Ayto. de Valladolid y Salamanca</li> <li>• Materia prima para EPI Salamanca y León</li> </ul>  |
| <b>Cataluña</b>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Donación de material preventivo y de desinfección para la Guardia Urbana y Bomberos del Ayto. de Barcelona</li> <li>• TV y material de higiene para centros del Ayto. de Barcelona</li> <li>• Donación de 20 gafas de protección para los sanitarios del Hospital Viamed de Tarragona</li> <li>• Toallas y calzado para personas sin recursos en Cáritas (Girona)</li> </ul>  |
| <b>Comunidad de Madrid</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Donación de material hospitalario a Médicos Sin Fronteras para extensiones Hospitalarias</li> <li>• Vales de alimentación para familias vulnerables en colaboración con el Ayto. de Madrid</li> <li>• Donación de alimentos y productos infantiles a albergues, residencias y asociaciones</li> <li>• Tarjetas regalo para Cruz Roja, Cáritas y Fundación Integra</li> <li>• Ropa para mujeres víctimas de violencia de género</li> </ul>                                       |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Comunidad Valenciana</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Donaciones a los Bancos de Alimentos de Valencia, Castellón y Alicante</li> <li>• Donación de productos de limpieza a la Policía de Valencia</li> <li>• Donación de ropa, artículos del hogar, carritos de compra, productos de higiene a diversas asociaciones de Valencia y Alicante</li> </ul>   |
| <b>Extremadura</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Donación al Ejército del Aire de bolsas de basura y precintos para confeccionar batas para residencias de ancianos</li> <li>• Donación de alimentos a Cáritas para familias vulnerables</li> <li>• Campaña de donación de juguetes en colaboración con el Cuerpo Nacional de Policía en Badajoz</li> </ul>  |
| <b>Galicia</b>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 200 vales de alimentación para familias sin recursos en colaboración con el Ayto. de Santiago de Compostela</li> <li>• Donación de ropa para el albergue de personas sin hogar del Palacio de los Deportes de Riaza (A Coruña)</li> <li>• Donación alimentos a entidades sociales en colaboración con los Aytos.</li> </ul>                                   |
| <b>Navarra y La Rioja</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Donación de alimentos y productos de 1ª necesidad a la residencia de ancianos Hermanitas de los Pobres</li> <li>• Material para el albergue del Ayto. de Pamplona</li> </ul>  |
| <b>País Vasco</b>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Donación de alimentos/reparto domicilio en colaboración con el Ayto. de Éibar y Cruz Roja</li> <li>• Donación de ropa de cama para albergue Cruz Roja de Bilbao</li> </ul>  |
| <b>Principado de Asturias</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipamiento textil para 150 camas del Hospital de Campaña del Ayto. de Gijón</li> <li>• Donación de alimentos</li> </ul>   |
| <b>Región de Murcia</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Donación de alimentos para Cáritas y Cruz Roja</li> <li>• TV para albergues</li> </ul>  |
| <b>Portugal</b>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Donación de ropa de cama a un hospital de campaña en Oporto</li> <li>• Donación de material a dos refugios para personas sin hogar</li> <li>• Preparación de platos de comida en colaboración con diversas asociaciones</li> <li>• Campañas de recaudación de fondos para Cruz Roja Portuguesa, Unicef y APAV (Asociación de Apoyo a las Víctimas)</li> </ul> |



Donación de juguetes para los niños ingresados en el Hospital Universitario Cruces de Barakaldo (Vizcaya).



El Patio del Espejo, espacio de reciente creación en el centro de Castellana (Madrid).

# Nuestras líneas de actividad

Nuestro ecosistema de empresas está orientado a ayudar y facilitar la vida de las personas y es capaz de buscar nuevas oportunidades de negocio y adaptarse con rapidez a una situación cambiante.

El Grupo El Corte Inglés se caracteriza por la innovación constante en todos sus ámbitos de actuación: en la tecnología, en los procesos logísticos, en el desarrollo de herramientas informáticas, en los productos que ofrece, en los servicios.

En un año marcado por la irrupción del Covid-19, El Corte Inglés se ha mantenido fiel a su compromiso con la sociedad y ha sido capaz de adaptarse con rapidez a una situación cambiante, a través de la adecuación de su propuesta comercial, el fuerte impulso de la digitalización en todos los niveles y la puesta en marcha de medidas especiales y de nuevos servicios, como los que ofrece el Grupo SICOR.

## PRINCIPALES CIFRAS ECONÓMICAS DEL GRUPO EL CORTE INGLÉS

Los resultados de este ejercicio 2020 (cerrado el 28 de febrero de 2021) están condicionados por el impacto de la crisis sanitaria, que derivó en el cese de gran parte de nuestra actividad durante el confinamiento inicial (marzo, abril y mayo 2020) y los posteriores cierres que decretaron las comunidades autónomas a lo largo del año.

La cifra de negocios consolidada del Grupo se ha situado en 10.432 millones de euros, lo que supone un descenso del 31,6% respecto al año anterior. Esta variación viene determinada por la disminución de nuestra actividad comercial como consecuencia de los citados ceses y cierres, pero, sobre todo, está motivada por la drástica caída del turismo tanto nacional como internacional. La falta de movilidad y la ausencia de turistas ha tenido un fuerte impacto en Viajes El Corte Inglés, cuyas ventas han caído un 89%, pero también, aunque en menor medida, ha afectado al *retail*, que ha sentido asimismo esa falta de viajeros. A todo ello hay que añadir, el efecto del fenómeno meteorológico Filomena que, en el mes de enero, coincidiendo con el inicio de la campaña de rebajas, afectó a gran parte del territorio nacional, especialmente a Madrid, que se vio bloqueada durante una semana por la mayor nevada del siglo.

No obstante, el negocio *retail*, que ha descendido un 19% respecto al año anterior, ha conseguido paliar los efectos de la pandemia mediante una decidida apuesta por el modelo omnicanal y la digitalización, que permite combinar el entorno *online* con la tienda física. El impulso de los servicios de Entrega en el Día, Recogida en Tienda o Click&Car, así como la utilización de las propias tiendas como plataformas logísticas para la preparación y envío de pedidos, han resultado decisivos en la evolución del negocio.

En otras áreas de actividad, hay que destacar la fortaleza del modelo de negocio y la gestión de El Corte Inglés Seguros, lo que ha permitido mantener su volumen de ventas en un año tan complicado como 2020.

El Grupo ha priorizado el servicio al cliente y sus compromisos con proveedores y empleados, frente a la rentabilidad, lo que ha tenido su correspondiente impacto en el Ebitda que, aun así, ha alcanzado los 141,73 millones de euros.

El resultado de explotación sin provisiones extraordinarias (Ebit) ha tenido un saldo negativo de 466,7 millones. Acorde a las medidas de prudencia contables, este año se han registrado provisiones por valor de 2.500 millones de euros que se han destinado a cubrir deterioros de inmovilizado, existencias y créditos fiscales, así como a procesos de reordenación de personal. Como consecuencia de todo ello, el resultado neto ha sido negativo en 2.945 millones de euros.

En paralelo, el Grupo ha reforzado su posición de liquidez que, a cierre del ejercicio, se sitúa en 3.549 millones de euros permitiendo afrontar todos los compromisos de la empresa con consistencia y firmeza.

| Línea de negocio                         | Cifra de negocios |                               |                  | Ebitda                        |                 |                 |
|--|-------------------|-------------------------------|------------------|-------------------------------|-----------------|-----------------|
|  | Ejercicio 2020    | Ejercicio 2019 <sup>(1)</sup> | Ejercicio 2018   | Ejercicio 2020 <sup>(3)</sup> | Ejercicio 2019  | Ejercicio 2018  |
| Empresas de <i>retail</i>                | 10.523,56         | 13.014,36                     | 12.892,89        | 52,42                         | 930,52          | 881,93          |
| Grupo Viajes El Corte Inglés             | 309,10            | 2.731,65                      | 2.721,98         | (136,60)                      | 65,06           | 63,84           |
| Grupo Seguros El Corte Inglés            | 211,10            | 215,58                        | 199,46           | 92,52                         | 89,68           | 81,12           |
| Grupo SICOR <sup>(2)</sup>               | 32,15             | -                             | -                | 1,61                          | -               | -               |
| Otras líneas de negocio                  | 35,26             | 38,92                         | 39,55            | 11,26                         | 12,17           | 12,75           |
| Ajustes y eliminaciones de consolidación | (679,17)          | (739,73)                      | (767,39)         | 120,53                        | 127,29          | 0,67            |
| <b>GRUPO EL CORTE INGLÉS</b>             | <b>10.432,00</b>  | <b>15.260,78</b>              | <b>15.086,49</b> | <b>141,74</b>                 | <b>1.224,72</b> | <b>1.040,31</b> |

Importes en millones de euros.

Nota: Las cifras de negocio son agregadas.

(1): Las cifras de *retail* han sido reexpresadas por la fusión de Sfera, no teniendo impacto en las cifras consolidadas.

(2): Las cifras de SICOR incorporadas corresponden a 7 meses de actividad, fecha en la que se adquirió el control.

(3): Incluye el efecto de IFRS 16.



Agencia de Viajes El Corte Inglés de nuestro centro de Castellana (Madrid), recientemente remodelada.

## HECHOS DESTACADOS DEL EJERCICIO

Como consecuencia del confinamiento decretado el 14 de marzo de 2020, que obligó a cerrar nuestros establecimientos, salvo los servicios esenciales, el Grupo se vio obligado a tomar una serie de medidas laborales y financieras para garantizar el futuro de la compañía.

- **En el ámbito laboral**, El Corte Inglés presentó en marzo de 2020 ante el Ministerio de Trabajo y Economía Social un Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) acogiendo a las medidas habilitadas por el Gobierno y recogidas en el Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, en el que se declaraba el estado de alarma. La compañía, que adoptaba esta medida por causa de fuerza mayor, complementó, hasta junio, las aportaciones realizadas por el Estado hasta cubrir la totalidad del salario de los empleados. A lo largo del ejercicio se han ido sucediendo otros ERTE en línea con las medidas y restricciones decretadas por las comunidades autónomas.

Con posterioridad al cierre del ejercicio, y debido a la evolución de la pandemia y sus consecuencias, el Grupo ha firmado un acuerdo con la unanimidad de los sindicatos con representación (CCOO, Fasga, Fetic y UGT) para poner en marcha un plan de reorganización de la plantilla, con carácter voluntario.

- **En el ámbito financiero**, El Corte Inglés firmó en abril de 2020 un nuevo acuerdo de financiación por importe de 1.341 millones de euros suscrito con un total de 14 entidades bancarias nacionales e internacionales. Esta operación complementaba al anterior contrato firmado el 26 de febrero de 2020 por un importe de 2.000 millones de euros.

En el mes de julio, se firmó un nuevo acuerdo de financiación por una cuantía máxima de 974,9 millones de euros con el aval del Instituto de Crédito Oficial (ICO). La operación permitió trasladar a este nuevo convenio parte de la anterior línea de crédito firmada el 1 de abril. Con esta financiación, el Grupo aseguró su liquidez por un periodo superior al año y sin ningún tipo de garantías. Los bancos no participantes en el préstamo ICO permanecieron en el *revolving* (línea de crédito) hasta su vencimiento en abril 2021.

A ello hay que añadir, la colocación de bonos senior por importe de 600 millones de euros que tuvo lugar a finales de septiembre de 2020. La fuerte demanda recibida, que superó en cuatro veces la oferta, impulsó a la compañía a ampliar su emisión inicial desde los 400 a los 600 millones de euros. La emisión se realizó a tres años y medio con vencimiento en marzo de 2024.

- Por otra parte, en el **ámbito corporativo**, hay que destacar la fusión por absorción de El Corte Inglés y Sfera con el fin de mejorar y complementar la oferta comercial para al cliente. Esta operación se enmarca dentro del proceso iniciado en 2017 con Hipercor y, posteriormente, en 2018, con Bricor, que tiene como objetivo aprovechar las sinergias entre los diferentes formatos para ganar en eficiencia y rentabilidad. En línea con la estrategia de diversificación, se ha creado la compañía SICOR, que abarca diversas actividades que van desde la seguridad y las alarmas para el hogar, a la limpieza, el mantenimiento o la logística, entre otras.

- Y en el **terreno comercial**, hemos firmado nuevas alianzas, entre las que destaca el acuerdo con el Grupo MásMóvil para el desarrollo de innovadoras iniciativas comerciales que benefician a los clientes de ambas compañías, incluido el lanzamiento de un operador virtual de móvil y fibra. La comercialización de servicios de telecomunicaciones convergentes se realizará a través de nuestra marca Sweno. Por su parte, Viajes El Corte Inglés también ha puesto en marcha un plan para crear un grupo turístico que se posicione como líder de las agencias de viajes de habla hispana.



El consejero Delegado de El Corte Inglés, Víctor del Pozo, y el consejero Delegado del Grupo MásMóvil, Meinrad Spenger, ratifican el acuerdo alcanzado.

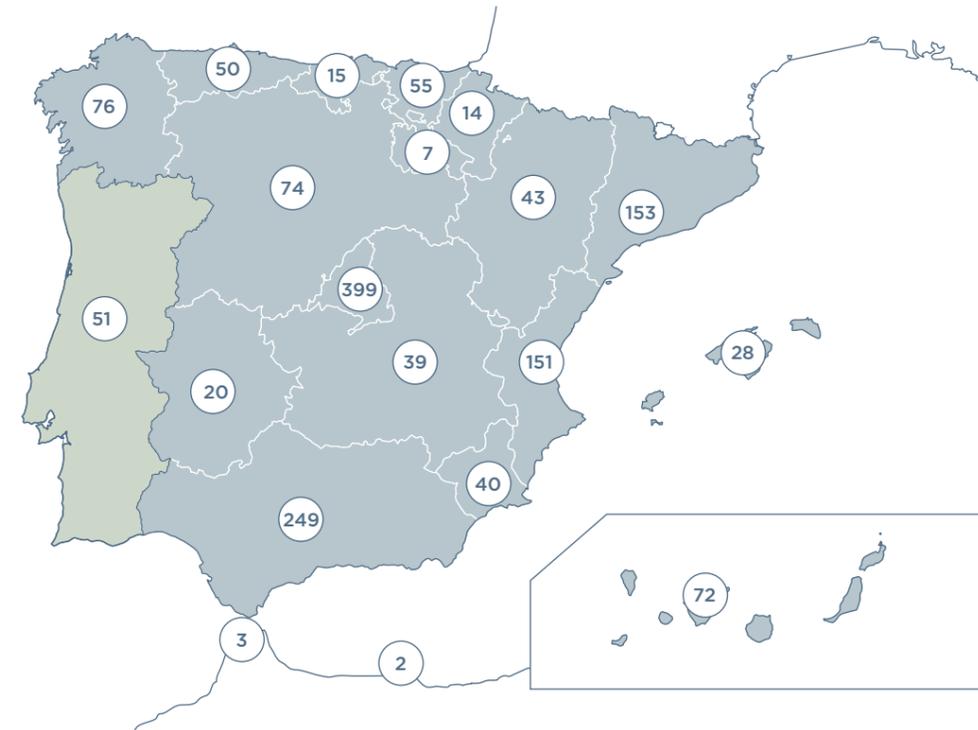
## IMPLANTACIÓN DEL GRUPO EL CORTE INGLÉS

| Puntos de venta por líneas de negocio          | España       | Portugal  | Otros Países | Total 2020*  | Total 2019** |
|--|--------------|-----------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Retail</b>                                  | <b>693</b>   | <b>23</b> | <b>320</b>   | <b>1.036</b> | <b>1.089</b> |
| <b>El Corte Inglés</b>                         | <b>512</b>   | <b>17</b> | <b>320</b>   | <b>849</b>   | <b>902</b>   |
| Grandes Almacenes                              | 85           | 2         |              | 87           | 90           |
| Supermercados ECI                              | 54           | 2         |              | 56           | 57           |
| Salas Hipercor                                 | 38           |           |              | 38           | 39           |
| <b>Sfera</b>                                   | <b>186</b>   | <b>10</b> | <b>318</b>   | <b>514</b>   | <b>566</b>   |
| Tiendas propias Sfera                          | 103          | 8         | 56           | 167          | 167          |
| Córneres Sfera en C.C. El Corte Inglés         | 83           | 2         |              | 85           | 93           |
| Franquicias Sfera                              |              |           | 262          | 262          | 306          |
| <b>Bricor</b>                                  | <b>57</b>    | <b>2</b>  |              | <b>59</b>    | <b>60</b>    |
| Centros Bricor gran formato                    | 2            |           |              | 2            | 4            |
| Puntos de venta Bricor en C.C.                 | 55           | 2         |              | 57           | 56           |
| <b>Delegaciones El Corte Inglés Empresas</b>   | <b>19</b>    |           | <b>2</b>     | <b>21</b>    | <b>21</b>    |
| <b>Outlets</b>                                 | <b>55</b>    | <b>1</b>  |              | <b>56</b>    | <b>50</b>    |
| <b>Otros establecimientos comerciales</b>      | <b>18</b>    |           |              | <b>18</b>    | <b>19</b>    |
| <b>Supercor</b>                                | <b>181</b>   | <b>6</b>  |              | <b>187</b>   | <b>187</b>   |
| Tiendas de proximidad                          | 181          | 6         |              | 187          | 187          |
| <b>Grupo Viajes El Corte Inglés</b>            | <b>627</b>   | <b>26</b> | <b>133</b>   | <b>786</b>   | <b>804</b>   |
| Delegaciones                                   | 480          | 21        | 133          | 634          | 637          |
| Otros puntos de venta                          | 147          | 5         |              | 152          | 167          |
| <b>Grupo Seguros El Corte Inglés</b>           | <b>149</b>   | <b>2</b>  |              | <b>151</b>   | <b>152</b>   |
| Delegaciones Centro de Seguros El Corte Inglés | 124          | 2         |              | 126          | 126          |
| Delegaciones Seguros El Corte Inglés           | 25           |           |              | 25           | 26           |
| <b>Grupo Sicor</b>                             | <b>21</b>    |           |              | <b>21</b>    |              |
| Delegaciones Comerciales                       | 15           |           |              | 15           |              |
| Delegaciones (Centros de Trabajo)              | 6            |           |              | 6            |              |
| <b>Otros</b>                                   | <b>1</b>     |           |              | <b>1</b>     | <b>1</b>     |
| Editorial CERA                                 | 1            |           |              | 1            | 1            |
| <b>Total</b>                                   | <b>1.491</b> | <b>51</b> | <b>453</b>   | <b>1.995</b> | <b>2.046</b> |

Ejercicio 2020\*: Se consideran por primera vez los Supermercados ECI y se incorpora Grupo Sicor.  
Ejercicio 2019\*\*: Se reexpresa la implantación quitando las delegaciones de Informática El Corte Inglés e incorporando los Supermercados ECI a efectos comparativos con el ejercicio 2020.

## Número total de tiendas propias y delegaciones en:

España: 1.491  
Portugal: 51



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

| País                 | ECI Empresas | T. Propias Sfera | Franquicias Sfera | Grupo Viajes |
|----------------------|--------------|------------------|-------------------|--------------|
| Argentina            | -            | -                | -                 | 3            |
| Arabia Saudí         | -            | -                | 7                 | -            |
| Chile                | -            | -                | 58                | 10           |
| Colombia             | -            | -                | -                 | 17           |
| Costa Rica           | -            | -                | 6                 | -            |
| Ecuador              | -            | -                | -                 | 2            |
| El Salvador          | -            | -                | 11                | -            |
| Emiratos Árabes      | -            | -                | 1                 | -            |
| Estados Unidos       | -            | -                | -                 | 2            |
| Francia              | -            | -                | -                 | 1            |
| Grecia               | -            | 3                | -                 | -            |
| Guatemala            | -            | -                | 11                | -            |
| Irlanda              | -            | -                | 18                | -            |
| Isla Reunión         | -            | -                | 2                 | -            |
| Italia               | -            | -                | -                 | 1            |
| México               | -            | 50               | -                 | 88           |
| Nicaragua            | -            | -                | 3                 | -            |
| Panamá               | 1            | -                | 8                 | 4            |
| Paraguay             | -            | -                | 6                 | -            |
| Perú                 | 1            | -                | 42                | 2            |
| Polonia              | -            | 3                | -                 | -            |
| Qatar                | -            | -                | 1                 | -            |
| República Dominicana | -            | -                | -                 | 1            |
| Suiza                | -            | -                | 60                | -            |
| Tailandia            | -            | -                | 28                | -            |
| Uruguay              | -            | -                | -                 | 2            |
| <b>Total</b>         | <b>2</b>     | <b>56</b>        | <b>262</b>        | <b>133</b>   |

### Páginas web por países

| Página web                         | País          |
|------------------------------------|---------------|
| www.elcorteingles.es               | España        |
| www.elcorteingles.pt               | Portugal      |
| www.elcorteingles.com              | Internacional |
| www.elcorteingles.es/empresas      | España        |
| www.hypercor.es                    | España        |
| www.primeriti.es                   | España        |
| www.sportown.es                    | España        |
| www.latiendaencasa.es              | España        |
| www.supercor.es                    | España        |
| www.sfera.com                      | España        |
| www.viajeselcorteingles.es         | España        |
| www.viagenselcorteingles.pt        | Portugal      |
| www.viajeselcorteingles.com.ar     | Argentina     |
| chile.viajeselcorteingleslatam.com | Chile         |
| www.viajeselcorteingles.com.co     | Colombia      |
| www.viajeselcorteingles.com.ec     | Ecuador       |
| www.viajeselcorteingles.com.mx     | México        |
| www.viajeselcorteingles.com.pa     | Panamá        |
| www.viajeselcorteingles.com.uy     | Uruguay       |
| www.ecitravel.com                  | EE.UU.        |
| www.tourmundial.es                 | España        |
| www.clubdevacaciones.es            | España        |
| www.ventedemaraton.es              | España        |
| www.seguros.elcorteingles.es       | España        |
| www.seguros.elcorteingles.pt       | Portugal      |
| www.cerasa.es                      | España        |
| www.gruposicor.com                 | España        |

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

| África            | América              | Asia          | Europa                | Oceanía            |
|-------------------|----------------------|---------------|-----------------------|--------------------|
| Angola            | Argentina            | Arabia Saudí  | Albania               | Australia          |
| Argelia           | Bolivia              | Bahrein       | Alemania              | Nueva Zelanda      |
| Cabo Verde        | Brasil               | Bangladesh    | Andorra               | Polinesia Francesa |
| Camerún           | Canadá               | China         | Armenia               |                    |
| Chad              | Chile                | Corea del Sur | Austria               |                    |
| Congo             | Colombia             | Dubai         | Azerbaiyán            |                    |
| Costa de Marfil   | Costa Rica           | Filipinas     | Bélgica               |                    |
| Egipto            | Cuba                 | Hong Kong     | Bosnia                |                    |
| Etiopía           | Ecuador              | India         | Dinamarca             |                    |
| Gabón             | El Salvador          | Iraq          | España                |                    |
| Gambia            | Estados Unidos       | Israel        | Francia               |                    |
| Guinea Bissau     | Granada              | Japón         | Georgia               |                    |
| Guinea Ecuatorial | Guadalupe            | Jordania      | Gibraltar             |                    |
| Kenia             | Guatemala            | Kazajistán    | Grecia                |                    |
| Malawi            | Guayana Francesa     | Kuwait        | Holanda               |                    |
| Marruecos         | Haití                | Líbano        | Hungría               |                    |
| Mauricio          | Honduras             | Libia         | Irlanda               |                    |
| Nigeria           | Islas Vírgenes Usa   | Macao         | Islandia              |                    |
| Reunión           | Jamaica              | Malasia       | Islas Turcas y Caicos |                    |
| Senegal           | Martinica            | Maldivas      | Italia                |                    |
| Sierra Leona      | México               | Mauritania    | Liechtenstein         |                    |
| Sudáfrica         | Nicaragua            | Mongolia      | Lituania              |                    |
| Tanzania          | Panamá               | Myanmar       | Luxemburgo            |                    |
| Túnez             | Paraguay             | Omán          | Moldavia              |                    |
| Zimbabue          | Perú                 | Pakistán      | Noruega               |                    |
|                   | República Dominicana | Qatar         | Polonia               |                    |
|                   | Trinidad y Tobago    | Singapur      | Portugal              |                    |
|                   | Uruguay              | Taiwan        | Reino Unido           |                    |
|                   | Venezuela            | Tailandia     | República Checa       |                    |
|                   |                      | Vietnam       | Rusia                 |                    |
|                   |                      |               | Serbia                |                    |
|                   |                      |               | Suecia                |                    |
|                   |                      |               | Suiza                 |                    |
|                   |                      |               | Turquía               |                    |
|                   |                      |               | Ucrania               |                    |



## EMPRESAS DE RETAIL

El *retail* constituye la pieza fundamental del negocio del Grupo El Corte Inglés, que se ha posicionado como un referente del sector de la distribución. La interrelación entre el mundo físico y el *online* guían la estrategia del *retail* de cara al futuro, de modo que todos los formatos del Grupo (los grandes almacenes de España y Portugal, los hipermercados Hipercor, los supermercados Supercor, los establecimientos Bricor y las tiendas de moda de Sfera) están interconectados y avanzan hacia un modelo cada vez más digital y omnicanal.

En este sentido, 2020 ha sido un año desafiante que ha acelerado el crecimiento del negocio *online*. Tras el cierre a nivel nacional fijado por el Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se establecía el estado de alarma, El Corte Inglés puso en marcha una serie de medidas especiales para prestar un servicio de confianza a los clientes y dar respuesta a la alta demanda de pedidos *online*. Los establecimientos comerciales, especialmente las áreas de alimentación y servicios esenciales, se convirtieron en plataformas desde las que surtir a los ciudadanos y satisfacer sus necesidades en un momento especialmente complicado. Además de intensificar el envío a domicilio, que llegó a multiplicarse por seis durante el confinamiento, se impulsaron otra serie de servicios omnicanal. La amplia capilaridad de El Corte Inglés facilitó esa respuesta a los ciudadanos.

Desde los inicios de la pandemia, todos los establecimientos que integran el Grupo pusieron en marcha estrictos protocolos de seguridad, señalética e higienización, para ser confiables y seguros, y garantizar a clientes y empleados el cumplimiento de las medidas sanitarias establecidas.

El Corte Inglés ha recibido en 2020 el premio como mejor *retailer* de España en cuestiones ASG (Ambiental, Social y Buen Gobierno) que otorga la revista internacional CFI (Capital Finance International). Este galardón pone en valor diversos aspectos en materia de sostenibilidad, como el surtido de productos responsables (más de 100.000 referencias sostenibles en 2019) y el programa Residuo Cero.

En el ejercicio 2020, las áreas de *retail* han alcanzado una cifra de negocios conjunta de 10.523,56 millones de euros y un Ebitda de 52,42 millones de euros.



El Corte Inglés ha recibido en 2020 el premio como mejor *retailer* de España en cuestiones ASG (Ambiental, Social y Buen Gobierno) que otorga la revista internacional CFI (Capital Finance International).

## EL CORTE INGLÉS

1,7

millones de referencias de productos

694,5

millones de visitas a nuestras páginas web y *app*  
+48,9% vs. 2019

Premio mejor *retailer* de España en cuestiones ASG por la revista CFI

35

países donde se comercializan nuestras marcas propias

14,4

millones de pedidos *online*  
+126,4% vs. 2019

El Corte Inglés representa el 88,8% del negocio del Grupo, que lo convierte en la compañía con mayor peso específico.

La capacidad de innovar e incluso de adelantarnos a las necesidades de los ciudadanos, la relación de confianza mutua que mantenemos con nuestros clientes, y los compromisos de calidad y servicio que ofrecemos en nuestra actividad comercial, nos han permitido este año, más que nunca, estar cerca de la sociedad en los momentos difíciles. Durante el confinamiento, sólo la parte del negocio considerada como servicios esenciales, estuvo plenamente activa; el resto permaneció cerrada. Pero esto no nos impidió tomar la iniciativa y poner en marcha servicios especiales en nuestras tiendas como dar prioridad a las personas mayores a la hora de comprar, o habilitar canales *online* para facilitar la compra al personal sanitario, tan necesitado de ayuda en aquellos momentos. Incluso para las personas que no contaban con conexión a internet o que no estaban familiarizados con esta tecnología se habilitaron líneas de teléfono especiales para satisfacer sus necesidades de compra.

*Dark Store* de Alcalá de Henares (Madrid), que se puso en marcha en solo 15 días al comienzo de la pandemia para reforzar los envíos de alimentación y bienes de primera necesidad.



Ante la dificultad de la situación, actuamos con diligencia e impulsamos la digitalización y la omnicanalidad, de tal forma que la tienda física y la tienda *online* se pudieron complementar para mejorar progresivamente nuestra respuesta a las demandas de los clientes y la sociedad en general. Asimismo, se afianzaron servicios como Click&Car, Entrega en el Día y Recogida en Tienda, lo que permitió 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. Además, para el servicio de Entrega en el Día se incrementaron el número de referencias disponibles, que ya superan las 300.000 en 54 ciudades de España.

Nuestra capacidad de reacción quedó también patente en abril de 2020, cuando en sólo 15 días y ante la enorme demanda de pedidos a través de la web, pusimos en marcha una *Dark Store* para alimentación situado en Alcalá de Henares. Posteriormente, se ha habilitado otra instalación similar en Murcia para dar servicio a toda la zona de Levante.

El siguiente paso fue el lanzamiento, en septiembre 2020, de una *app* que permite al cliente comprar de una forma ágil e intuitiva, disfrutar de ventajas exclusivas, acceder a contenidos personalizados que se configuran en función de sus gus-

tos y descubrir nuevas funcionalidades que se van incorporando a la *app* de forma continua. Una de las más recientes es la posibilidad de pagar el aparcamiento sin pasar por el cajero o 'Consultar al experto' que permite al cliente recibir asesoramiento de un profesional de la compañía como si estuvieran en la tienda física. A todo ello hay que añadir la tarifa plana única El Corte Inglés Plus, que por sólo 19,90 euros al año ofrece los envíos a domicilio sin coste adicional.

Las tiendas físicas de El Corte Inglés también han sabido adaptarse a los cambios. A partir de junio de 2020, cuando nuestros establecimientos pudieron, en mayor o menor medida, abrir sus puertas al público, volvimos a retomar gran parte de nuestras actividades culturales y sociales. En algunos casos, combinando la presencia física con las posibilidades que ofrece la tecnología para disfrutar de los eventos en la distancia.

El Corte Inglés es el gran escaparate de las marcas en todas sus categorías de negocio, desde la moda, a los productos de hogar, electrónica, deporte, ocio o alimentación. Además de presentar un amplio surtido de marcas variadas que se adaptan a las necesidades de cualquier tipo de cliente, nuestras tiendas físicas u *online* ofrecen un extenso catálogo de firmas propias de gran calidad.

## ÁREAS DE ACTIVIDAD

Todas nuestras áreas de actividad han mantenido una política de innovación y adecuación constante a las necesidades de los clientes:

### Gran consumo

Nuestros **supermercados e hipermercados**, al ser considerados servicios esenciales, han permanecido abiertos durante todo el año a pesar de las restricciones sanitarias, asegurando en todo momento el aprovisionamiento de productos de primera necesidad. Asimismo, hemos colaborado de manera muy estrecha con proveedores locales, con el fin de darles apoyo e impulsar el **producto local y nacional**.

En este sentido, el supermercado ha mantenido su compromiso de **personalización, garantía y calidad** tanto en su tienda física como en su tienda *online*, lo que le ha permitido situarse como un referente del sector. De esta forma, los clientes encuentran el mismo surtido en ambos canales, ya que tanto la web como la *app* ofrecen las mismas posibilidades que la tienda física, como por ejemplo elegir el tipo de “corte” de los frescos.

Como novedad, se ha lanzado la marca propia de alimentación “**El Corte Inglés Selection**” que recoge en torno a 600 referencias de productos de calidad Premium.

### Gastronomía y restauración

El Corte Inglés ha querido **acercar la hostelería a los hogares**, especialmente durante los meses de confinamiento estricto, apoyándose en las compañías de reparto a domicilio que distribuyen productos de hostelería y platos preparados. En concreto, el área de **platos preparados** ha crecido un 2% con respecto al año anterior. Asimismo, se ha puesto en marcha un plan de ayuda a los negocios de hostelería externa que operan dentro de El Corte Inglés.

Otro de los grandes proyectos ha sido la renovación del **Gourmet Experience** del centro de Castellana (Madrid), con más de 2.000 m<sup>2</sup>, donde destacan especialmente la bodega y una gran barra central, así como el amplio surtido de productos de las mejores marcas y del Club del Gourmet. Además, en este mismo centro se ha inaugurado **El Patio del Espejo**, una vanguardista propuesta de restauración.

Otra de las novedades es la inauguración del restaurante “Las Nubes” en el centro de Diagonal (Barcelona).



Arriba: Gourmet Experience, en el centro de Castellana (Madrid).  
Abajo: Restaurante Las Nubes, en el centro de Diagonal (Barcelona).

## Moda y complementos

Somos un referente en el ámbito de la moda; marcamos tendencia y contamos con una amplia y variada propuesta comercial a la que este año se han incorporado **nuevas firmas**, tanto de mujer como de hombre.

En este sentido, hay que destacar la puesta en marcha de **Designers**, un espacio diferenciado en [elcorteingles.es](http://elcorteingles.es) que acoge una cuidada selección de prendas y complementos de firmas *premium*. Profesionales especializados de las tiendas de El Corte Inglés de Serrano, Castellana y Marbella, se encargan de preparar el pedido con un *packaging* especial y lo envían a cualquier parte del territorio nacional.

Por otro lado, los **códigos de vestimenta** se han adaptado también a la nueva situación creando colecciones especiales que han tenido muy buena acogida entre los clientes. De esta forma, Énfasis y Southern Cotton, dos de las marcas propias de mujer, han lanzado una línea *homewear*, con prendas confortables pensadas especialmente para estar en casa.

En **moda infantil**, se ha puesto en marcha la posibilidad de adquirir los uniformes de colegio y los trajes de primera comunión a través de la web y la *app*, y, para estos últimos, se ha incorporado el servicio de cita previa para probarlos en los centros.

## Entretenimiento

Este año han cobrado especial importancia los juegos familiares y de mesa, así como las manualidades para hacer en casa, y ha continuado creciendo la demanda de videojuegos y consolas. Además, se han impulsado los juguetes que infunden valores de sostenibilidad, alcanzando ya más de 600 referencias.

Asimismo, con el fin de facilitar las compras a los clientes, hemos ampliado a **Supercor la opción de encargar y recoger** los juguetes, especialmente durante la Navidad. Y hemos puesto en marcha un servicio de reserva de libros de texto a través de la *app*, que llegó a registrar más de 92.000 reservas.

Por otra parte, y en sintonía con nuestro apoyo al mundo de la cultura, los libreros de El Corte Inglés han otorgado, por tercer año consecutivo, el **Premio 'Un año de libros'**, que reconoce las mejores obras literarias y a los autores más destacados del panorama literario nacional, según el criterio de nuestros profesionales de librería.

## Electrónica y electrodomésticos

Esta ha sido una de las áreas que permaneció abierta durante los meses de confinamiento más estricto y, con el fin de dar respuesta al incremento del teletrabajo y el uso de las tecnologías en los hogares, ampliamos el surtido de productos de esta categoría.

Una de las novedades de este año ha sido el lanzamiento de nuevos servicios relacionados con el trabajo a distancia, como la asistencia para la reparación de *smartphones* y *tablets* a domicilio (recogida y devolución una vez arreglado), y la ayuda en remoto para solucionar incidencias de teletrabajo de forma gratuita y por vía telefónica. Estos servicios fueron esenciales para muchas personas durante los meses más duros del confinamiento.



## Hogar

La necesidad de permanecer más tiempo en casa ha cambiado los hábitos de consumo poniendo especial foco en todos los productos para el hogar, desde decoración hasta menaje, colchones o muebles de terraza y jardín.

Para dar respuesta a esta demanda social, hemos puesto en marcha **"Sofá Atelier"**, un servicio de personalización de sofás que, a través de un configurador web, permite al usuario elegir entre distintos modelos de sofás, tapicerías, telas y colores.

Además, se ha lanzado **Decor Studio**, un servicio de decoración e interiorismo integral que permite el asesoramiento personalizado y a medida de cada cliente. Un 'embajador del hogar', experto en diseño y con amplio conocimiento de las últimas tendencias y estilos decorativos, acompaña durante todo el proceso a la persona que busca dotar a su hogar de un nuevo estilo.

## Deporte

Los usuarios han incrementado la **demanda de productos deportivos**, especialmente para *fitness* en casa y actividades al aire libre. Por esta razón se han incorporado nuevos proveedores para complementar la variada oferta que ya estaba disponible. Además, se ha creado un servicio personalizado de 'Consulta al experto' para *fitness* y ciclismo, con el objetivo de asesorar al cliente a través de sms, llamada o videollamada.

Debido al auge del **ciclismo**, hemos incrementado más de un 110% el número de bicicletas vendidas a través de la web; y, como ayuda a los clientes, hemos habilitado un **servicio de montaje** para todas aquellas que se han comprado a través de las web de El Corte Inglés o Hipercor. Además, se ha incrementado la demanda de arreglo de bicicletas por lo que se ha puesto en marcha un servicio de **reparación a domicilio**, que el usuario contrata a través de la web. Los profesionales recogen la bicicleta en el domicilio y la devuelven tras el arreglo.



## OTRAS LÍNEAS DE ACTIVIDAD

### Internacionalización de nuestras marcas

El Corte Inglés mantiene su apuesta por la internacionalización de sus marcas propias de las diferentes categorías, donde destacan especialmente la moda y la alimentación. Así a lo largo de 2020 se han alcanzado nuevos acuerdos con diferentes distribuidores y se han intensificado las relaciones iniciadas en años anteriores. De esta forma, ha continuado la expansión tanto a través de productos de alimentación como de artículos de moda mujer, hombre, infantil, accesorios o artículos deportivos, sumando ya 35 mercados internacionales.

Para la internacionalización de las marcas, El Corte Inglés también se apoya en el **canal online**, con [elcorteingles.com](http://elcorteingles.com) que ofrece un surtido de más de 150.000 referencias y servicios adaptados a los clientes de fuera de España. Este canal potencia tanto el valor de las marcas propias, como de las firmas externas colaboradoras, que cada vez son más, especialmente españolas, las que aprovechan el crecimiento del

mercado *online* para dar un salto internacional de la mano de El Corte Inglés. De esta forma, la compañía se ha posicionado en otros mercados como referente de calidad y de producto diseñado o fabricado en España.

Por otro lado, El Corte Inglés vende a través del *marketplace* [LaRedoute.fr](http://LaRedoute.fr) un variado catálogo de marcas propias, donde tienen una gran acogida los productos de hogar y moda joven, con muy buenas valoraciones por parte de los clientes.

**Sfera** es la marca del Grupo que tiene mayor presencia internacional, con 326 puntos de venta: 64 tiendas propias y 262 en régimen de franquicia. En cuanto a tiendas propias, México cuenta ya con 50 establecimientos de la enseña de moda; 8 se encuentran en Portugal, 3 en Grecia y otras 3 en Polonia. En régimen de franquicia, Sfera tiene presencia en Suiza con 60 puntos de venta y en Irlanda con 18. En Latinoamérica destacan Chile con 58 franquicias, Perú con 42 y Paraguay con 6, y también está presente en Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Panamá. A ello hay que añadir una serie de franquicias en Tailandia, Arabia Saudí, Catar, Emiratos Árabes e Isla Reunión.

En cuanto a los **acuerdos alcanzados con distribuidores internacionales**, Alemania es uno de los mercados donde las marcas deportivas Boomerang y Mountain Pro tienen mayor presencia con un total de 120 puntos de venta en el país, gracias a la alianza con los grandes almacenes Galería Karstadt Kaufhof. También tenemos acuerdos con otros operadores internacionales para vender algunas de nuestras marcas propias en países como Rusia, Andorra o Paraguay, entre otros. Precisamente en este último país, se llegó a un acuerdo en 2020 con Nueva Americana, una cadena de tiendas local con más de 70 años de historia, en la que se han instalado espacios con la imagen de El Corte Inglés para más de diez marcas propias de moda hombre, mujer, infantil y deportes (Unit, Boomerang, EasyWear, Free Style y Bass10, entre otras). Está previsto extender la colaboración para marcas de hogar y juguetes.

Durante este año también se ha afianzado la alianza para vender a través de Aliexpress Plaza productos de la marca Unit. Este acuerdo permitirá incluir nuevas marcas y avanzar en la expansión internacional en Europa Central y otros como Bielorrusia, Rusia y Ucrania.

En **alimentación**, El Corte Inglés tiene presencia en distintos países de Latinoamérica. En Ecuador se venden productos de marca propia a través de los supermercados La Favorita, líder de la distribución de gran consumo en este país. Los su-

permercados Grupo Rey, en Panamá, comercializan con éxito un amplio surtido de los productos de marca propia.

En México se ha impulsado la presencia del surtido de El Corte Inglés en la cadena de supermercados Soriana, mientras que los productos de la marca Club del Gourmet están disponibles en los mejores centros de los grandes almacenes Palacio de Hierro. Por su parte, en Cuba se ha mantenido la presencia de productos de alimentación e higiene personal en diversas cadenas.

Asimismo, en Perú, El Corte Inglés mantiene el acuerdo de distribución con Supermercados Peruanos a través de sus enseñas Plaza Vivanda y Plaza Veja; y en Colombia con Grupo Éxito, para la distribución de productos en sus supermercados Carulla y Éxito. En Paraguay, el surtido de marcas propias es altamente apreciado y está disponible en las tiendas del grupo Vierci, que ofrecen altos estándares de imagen, calidad y servicio.

El Corte Inglés mantiene acuerdos con otros *retailers* relevantes en distintos mercados para potenciar la presencia, la imagen de marca y las ventas en países asiáticos como China, 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, en Europa destaca el acuerdo sellado con el grupo Ahold-Delhaize para la distribución de surtido en las tiendas de esta compañía en Bélgica y Luxemburgo y la presencia de productos Club del Gourmet en dos grandes enseñas del lujo gourmet, como son Globus en Suiza y La Grande Épicerie en Francia.

## Real Estate

El Corte Inglés *Real Estate* es la unidad de negocio del Grupo especializada en la promoción, construcción y gestión de activos inmobiliarios. Esta línea de actividad, que se constituyó en 2019, integra a todas las áreas del Grupo vinculadas con la actividad inmobiliaria y cuenta con profesionales especializados en construcción, arquitectura, ingeniería, proyectos y obras, interiorismo y decoración, entre otros.

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

Esta unidad de negocio, que gestiona un total de 12 millones de m<sup>2</sup>, de los cuales 11 millones son en propiedad, y más de 1.400 inmuebles en propiedad o en alquiler, está integrada por tres divisiones:

- **Asset Management**, un equipo especializado en la gestión de activos.
- **Transacciones y Property Management**, dedicado a operaciones puntuales de desinversión y de rotación de la cartera.
- **Operaciones**, con profesionales especializados en arquitectura, ingeniería y gestión de obras.
- **Facility Management**, se encarga del mantenimiento de todos los activos.



Nuestras áreas de Selección y Formación remodeladas por El Corte Inglés *Real Estate*.

Desde que se constituyó esta unidad de negocio, se ha llevado a cabo una clasificación y diferenciación de los activos, dando lugar a una especialización por el tipo de actividad de estos mismos: *retail*, oficinas, logístico, terrenos y otros locales. En concreto, durante el ejercicio 2020, se ha reforzado la unidad de negocio dedicada a la gestión activa de los inmuebles destinados a oficinas que son propiedad del Grupo, ya sea para su propio uso o bien para arrendar a terceros, con el objetivo de optimizar el uso de dichos activos y maximizar su capacidad generadora de ingresos.

En este ejercicio se han llevado a cabo las reformas de varios centros de El Corte Inglés. Una de las más destacadas ha sido la realizada en el de Castellana (Madrid) que se caracteriza por su nuevo diseño vanguardista y su espectacular iluminación (10.400 unidades de luminarias led en distinto color y 2.000 metros de tiras led). Se ha creado "El Atrio", un nuevo acceso de gran amplitud que conecta las plantas inferiores

con las superiores; El Patio del Espejo, un espacio abierto con un nuevo núcleo de escaleras mecánicas. También se ha renovado el espacio Gourmet, que ahora cuenta con acceso directo desde la calle, mayor amplitud y con una decoración contemporánea que acoge diferentes estilos. En El Corte Inglés de Diagonal (Barcelona) se ha llevado a cabo la remodelación de su cafetería y la adecuación de la terraza.

Asimismo, en abril de 2020, El Corte Inglés Real Estate fue el encargado de transformar, en tiempo récord, los 4.000 m<sup>2</sup> del edificio de Bricor en Alcalá de Henares (Madrid) en la primera *Dark Store* del Grupo.

En cuanto a proyectos realizados a terceros, se ha iniciado la construcción de un edificio de oficinas en Madrid con certificación *Passivhaus*, un estándar que acredita la sostenibilidad del inmueble. Además, se han reformado otros edificios de oficinas y un prestigioso hotel en Lanzarote.



Nuevo Gourmet Experience, en el centro de Castellana (Madrid).

## EL CORTE INGLÉS-GRANDES ARMAZÉNS (PORTUGAL)

# 46,7

millones de visitas en la web de Portugal  
**+74%** vs. 2019

**Premio Marketeer** en la categoría de Mejor Gran Espacio Comercial

# 86,4%

de volumen de compra a proveedores de Portugal

**NEXO** Mejor Intranet en los premios de Comunicación 2020

# 1,5

millones de personas alcanzadas con las actividades de Ámbito Cultural

El Corte Inglés-Grandes Armazéns, S.A., los grandes almacenes del Grupo en Portugal, celebra este año su 20º aniversario. El centro comercial de Lisboa abrió sus puertas en 2001 y el de Gaia Porto en 2006. Asimismo, cuenta con 6 supermercados Supercor.

En 2020, se ha acelerado la transformación digital de la compañía portuguesa, en gran medida originada por el cierre parcial durante más de dos meses con motivo de la situación sanitaria. Ello ha supuesto también el incremento del negocio *online*, por lo que se han fortalecido las operaciones logísticas para dar respuesta al elevado número de pedidos con envío a domicilio, tanto de supermercado como de otras categorías. Al mismo tiempo, se han puesto en marcha los servicios de Entrega en el Día para ofrecer a los clientes soluciones que les faciliten las compras y que puedan cumplirse las medidas adoptadas por la pandemia. En este sentido, la tienda *online* ha experimentado en 2020 un elevado crecimiento con más de 46,7 millones de visitas, un 74,8% más que en el ejercicio anterior.

Las campañas comerciales se han centrado en promocionar productos de alimentación de origen luso con el fin de apoyar a los proveedores portugueses. De esta forma, El Corte Inglés-Grandes Armazéns ha alcanzado un volumen de compra del 86,4% a proveedores en Portugal, lo que ha tenido una gran acogida por parte de los clientes que buscaban productos de origen de este país. Actualmente, la compra de referencias de alimentación se realiza a través de más de 800 proveedores portugueses.

Además, para dar respuesta a la situación social derivada de la pandemia se pusieron en marcha distintas iniciativas con el fin de ayudar a los más vulnerables.

La pandemia impidió la realización de los habituales eventos presenciales en las salas de Ámbito Cultural en Portugal, por lo que se reorganizó toda la programación para que fuera totalmente *online*. Se han organizado 136 actividades vinculadas con la música, la literatura, la poesía, la historia, el cine y otros temas de actualidad. Los vídeos de las actividades fueron difundidos también a través de las redes sociales logrando alcanzar a 1,5 millones de personas.

El Corte Inglés en Portugal ha obtenido el premio Marketeer, por segundo año consecutivo, en la categoría de Mejor Gran Espacio Comercial, que reconoce el servicio especializado y de calidad que ofrece la compañía, así como la ventaja de poder encontrar en un solo lugar las marcas más exclusivas. Además, NEXO, la plataforma interna para empleados, ha recibido el galardón Mejor Intranet en los premios de Comunicación 2020 de la revista Medios y Publicidad, que distingue los mejores proyectos del ámbito de la comunicación en Portugal.



Terraza de nuestro centro comercial de Lisboa (Portugal).

## SUPERCOR

**93,4%**

plantilla con contrato indefinido

**62**

establecimientos Supercor certificados en accesibilidad

**70,8**

millones de visitas a nuestras tiendas

**181**

tiendas en primera línea de la pandemia

Supercor es la cadena de supermercados creada para satisfacer las necesidades de la cesta básica de compra, con un horario de apertura amplio y que mantiene los compromisos de calidad, garantía y servicio que caracterizan al Grupo El Corte Inglés. Este año, las tiendas de proximidad Supercor y Supercor Exprés han tenido un papel fundamental, ya que a pesar de las restricciones provocadas por el Covid-19, han podido permanecer abiertas para que los clientes pudieran adquirir los productos de alimentación y primera necesidad. Durante los meses de marzo, abril y mayo, cuando las medidas de confinamiento eran más estrictas, se ha incrementado notablemente el número de pedidos telefónicos.

La compañía siempre ha apostado por los productos de proximidad, pero este año se ha intensificado la colaboración con proveedores locales con el fin de apoyarles en los momentos más difíciles, poniendo en valor el producto nacional y garantizando a los clientes el abastecimiento de productos básicos en todo momento.

Las 181 tiendas de Supercor y Supercor Exprés han ampliado sus servicios para el cliente. Desde la pasada Navidad, ofrecen la posibilidad de encargar y recoger en estos establecimientos los juguetes del catálogo de El Corte Inglés. Poco después, incorporaron también la venta de artículos de electrónica y electrodomésticos. Ahora los clientes pueden realizar sus encargos a través del personal de tienda en línea de caja y recoger sus pedidos en el mismo centro, si se trata de pequeños formatos, o solicitar que se lo envíen a la dirección deseada, si son productos voluminosos.

Estos nuevos servicios se suman a la posibilidad de comprar productos a través de la web de El Corte Inglés y recogerlos en cualquiera de los establecimientos Supercor y Supercor Exprés, con el fin de adaptarse a las necesidades del cliente omnicanal.

Además, se ha inaugurado un nuevo Supercor Exprés en el centro de Madrid que cuenta con el máximo nivel de accesibilidad AIS (5 estrellas) y certificado por la Fundación ARS (Fundación para la Accesibilidad y Responsabilidad Social). Es la primera tienda de la enseña que nace con dispositivos *beepcons* incorporados, que sirven para orientar por la tienda a clientes con discapacidad sensorial. Esta iniciativa facilita el día a día de estas personas a la hora de acudir a nuestros centros, ya que les da mucha más autonomía en sus compras.



## EMPRESAS NO RETAIL

El ecosistema de empresas no *retail* comparte la filosofía del Grupo orientada a ayudar y facilitar la vida de las personas. Nuestra capacidad para buscar y aprovechar nuevas oportunidades de negocio ha dado como resultado la puesta en marcha de distintas áreas de actividad que resuelvan las necesidades de nuestros clientes.



## GRUPO VIAJES EL CORTE INGLÉS

**99,3%**

plantilla con contrato indefinido

**32,4**

horas de formación por empleado

**61,9%**

mujeres en puestos de responsabilidad

**13,8**

millones de visitas a nuestras páginas web

**Mejor agencia de viajes de Turismo Familiar 2020** otorgado por La Razón

Viajes El Corte Inglés cuenta con una amplia experiencia en viajes vacacionales y en la organización de eventos, además de ofrecer una gran versatilidad y capacidad de adaptación. La compañía ha sufrido especialmente el impacto del Covid-19, en línea con el resto del sector turístico, que ha provocado el cese de la mayor parte de su actividad. Por este motivo, Viajes El Corte Inglés se ha visto en la obligación de aprobar primero un ERTE por causa de fuerza mayor y posteriormente otro por causas económicas u organizativas, que han afectado a la mayor parte de la plantilla y al cierre temporal del 70% de las delegaciones. Estas medidas han permitido el mantenimiento del empleo.

Durante el ejercicio, se ha intensificado la formación de los empleados en materia de digitalización, RSC y atención al cliente, con el objetivo de estar perfectamente preparados cuando se restablezca la normalidad de la situación.

Con la mirada puesta en el futuro, Viajes El Corte Inglés ha definido el Plan Estratégico para 2020-2025 que impulsará la transformación de la compañía para garantizar un futuro rentable y sostenible. Los principales objetivos propuestos son: omnicanalidad, transformación digital, el cliente, la internacionalización y los atributos de la marca "El Corte Inglés" para aprovechar las sinergias del Grupo.

Además, se ha elaborado el primer Plan Director de RSC 2021-2025 alineado con el del Grupo. Cuenta con 14 acciones que se centran en 4 pilares clave para el futuro de la compañía: Progreso, Personas, Planeta y Producto.

El Grupo Viajes El Corte Inglés ha lanzado la nueva marca *U. Cruises*, para representar y distribuir cruceros de las compañías *Celebrity Cruises* y *Azamara Club Cruises*. Los cruceros de estas dos navieras, posicionadas en el segmento de cruceros *premium*, se distribuirán en todas las agencias de España.

Cuando la situación ha permitido la organización de viajes o eventos nuestros equipos han demostrado su gran capacidad de reacción para responder a los clientes con soluciones personalizadas y de calidad. Estos desafíos han llevado a la compañía a potenciar la atención telefónica a través del *call center* para mantener un servicio de calidad acorde a las circunstancias. Durante la pandemia se ha consolidado como un gran organizador de eventos virtuales, en sustitución de los grandes congresos presenciales. Entre ellos destacan el Congreso Nacional de la Sociedad Española de Neumología y Cirugía torácica con 2.000 inscritos, el Congreso Nacional de la Sociedad Española de Alergología e Inmunología Clínica con 1.500 asistentes y el Congreso Latinoamericano del Ritmo Cardíaco con 800 participantes, entre otros.

Viajes El Corte Inglés cuenta con dos turoperadores, Club de Vacaciones y Tourmundial, que han acelerado su digitalización impulsando el canal *online*. Tourmundial ha redefinido su oferta incluyendo destinos abiertos con garantía para los viajeros y se ha mantenido cerca de sus clientes. Además, se ha realizado actividades formativas *online* a más de 4.500 agentes de este turoperador. Club de Vacaciones ha mantenido el contacto con clientes y proveedores con el fin de seguir trabajando en la oferta de viajes adaptándolos a esta nueva realidad.

## GRUPO SEGUROS

**+144%**

pólizas emitidas a través de la web

**96,4%**

reclamaciones resueltas en 2020

**97,3%**

plantilla con contrato indefinido

**46,8%**

mujeres en puestos de responsabilidad

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 2020 alcanzaron en su conjunto una cifra de negocios de 211,1 millones de euros (excluidas las primas emitidas por seguros de ahorro, dado su carácter no recurrente) y un Ebitda de 92,5 millones de euros (+3,16% respecto a 2019). En este ejercicio, se han obtenido resultados positivos en beneficios y rentabilidad pese a las dificultades que ha planteado el año 2020 a causa de la pandemia.

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

Asimismo, se ha aprobado el Plan Director de RSC 2021-2025, con el fin de adherirse a las buenas prácticas del sector asegurador, así como seguir evolucionando en digitalización y ciberseguridad, y la promoción de la educación financiera y de la cultura aseguradora. También destaca la incorporación de los riesgos y criterios ASG tanto en la gestión como en las decisiones de inversión.

## CENTRO DE SEGUROS Y SERVICIOS

A cierre del ejercicio, Centro de Seguros y Servicios disponía de 126 puntos de venta (124 en España y 2 en Portugal). Además, a través de la página web [seguros.elcorteingles.es](https://seguros.elcorteingles.es) se ofrece un servicio personalizado de atención y venta telefónica; dispone de dos *contact center* propios situados en Madrid y Sevilla, y cuenta con otros servicios a terceros.

El ejercicio 2020 se ha caracterizado por el intenso esfuerzo para mantener el servicio a nuestros clientes y la actividad comercial, pese al cierre y las limitaciones de apertura de los centros comerciales, en los que se encuentran la mayoría de las delegaciones de la correduría. Para ello, hemos reforzado de manera notable el servicio de atención al cliente que, durante los meses de confinamiento total, ha visto más que duplicado el número de llamadas atendidas diariamente.

En 2020, las ventas a través del canal *online* han experimentado un crecimiento superior al 144% en la nueva producción de pólizas, que han compensado el descenso del servicio presencial. Este incremento se ha apoyado con la digitalización de casi toda la oferta comercial, la renovación total de la web, el rediseño del área privada con la introducción de nuevas mejoras y funcionalidades y la integración de la oferta de El Corte Inglés Seguros en la nueva *app* de El Corte Inglés.

Por lo que al producto se refiere, se ha lanzado, a nivel nacional, el ramo de decesos, incorporando una gama de productos exclusivos diseñados por la correduría, que atienden todas las necesidades que presentan los clientes. Asimismo, se ha renovado la oferta de productos de daños, robo y extensión de garantías para equipos electrónicos, telefonía y electrodomésticos; y se han lanzado nuevos productos en los ramos de hogar y vida. Con ello, se afianza el modelo de negocio de la correduría, cuyo catálogo combina la oferta de seguros de diseño propio con otros seleccionados de algunas de las entidades aseguradoras de mayor prestigio en España y Portugal.

También se ha avanzado en el proyecto de renovación integral de la imagen de las delegaciones instaladas en los centros comerciales de El Corte Inglés.

Asimismo, se ha producido la trasposición al ordenamiento español de la Directiva del Parlamento Europeo 2016/97, de

Distribución de Seguros, norma que regula la actuación comercial de la Sociedad. En cumplimiento de esta norma, la compañía ha incorporado a su sistema de gobierno, nuevas políticas en materia de Control y Gobernanza de Productos, Transparencia en la Venta a Distancia y Conflictos de Intereses en la Distribución de Productos de Inversión basados en Seguros.

## SEGUROS EL CORTE INGLÉS

Las primas devengadas durante el ejercicio han alcanzado los 225,7 millones de euros. Sin contar las primas correspondientes a los seguros de ahorro (cuya naturaleza es menos estable y predecible), la cifra de negocios recurrente se sitúa en 122,9 millones de euros. Este importe corresponde a primas de seguros de vida, riesgo y accidentes cuya comercialización constituye el núcleo de la actividad de la compañía. El Ebitda y el beneficio han alcanzado incrementos del 9% sobre el ejercicio precedente.

El ratio de solvencia, se ha situado a cierre del año en el 389%, lo que pone de manifiesto la elevada solidez patrimonial de la sociedad.

En relación con la política de inversiones, es de destacar que, en cumplimiento del Reglamento del Parlamento Europeo 2019/2088, Seguros El Corte Inglés ha integrado los criterios ASG (ambientales, sociales y de buen gobierno) en la toma de decisiones de inversión. Para ello, la compañía se ha comprometido a identificar, medir y monitorizar la evolución de cada uno de estos aspectos en relación con sus inversiones, considerando los mismos tanto antes de tomar una decisión de inversión como durante el tiempo en el que la inversión se mantenga en la cartera. Seguros El Corte Inglés se ha comprometido a alinear su estrategia de inversión con los ODS que más interrelación guardan con su actividad: 5 (igualdad de género), 8 (trabajo decente y crecimiento económico), 12 (producción y consumo responsables) y 13 (acción por el clima).

Por último, todos los planes de pensiones gestionados han arrojado rentabilidad positiva durante el ejercicio 2020. De hecho, tres de los cuatro planes de pensiones gestionados se encuentran entre los diez primeros por rentabilidad anual de entre los de su categoría.



## GRUPO SICOR

**81%**

plantilla con contrato indefinido

**87,3%**

plantilla a jornada completa

El Grupo SICOR se ha constituido en julio de 2020 una vez que El Corte Inglés adquiriera la empresa de seguridad Mega2. Esta operación se enmarca dentro del proceso de diversificación que lleva a cabo el Grupo y que sigue los mismos pasos que ya en el pasado dio con actividades como los viajes o los seguros. En ambos casos, comenzaron como un servicio de uso interno y, tras el volumen adquirido y la experiencia acumulada, se abrieron a terceros para convertirse en empresas independientes y rentables.



El grupo de servicios integrales está compuesto por siete empresas que abarcan las siguientes actividades:

- **Seguridad:** Ofrece una amplia experiencia en el sector de la seguridad física (vigilantes de seguridad, protección personal y escoltas, y unidades caninas) y la seguridad electrónica (ingeniería y diseño de soluciones, instalación y mantenimiento, ciberseguridad, Central Receptora de Alarmas (CRA) y teleasistencia) que garantizan un servicio postventa de calidad. Además, fruto del acuerdo firmado con MásMóvil se comercializarán alarmas para el hogar con la tecnología más avanzada.
- **Servicios integrales:** Ofrece soluciones y soporte de apoyo para particulares y empresas, para perfiles profesionales (azafatas, conserjes, conductores, entre otros), soluciones generales en inmuebles y edificios, externalización de procesos productivos, servicios sociales y técnicas aplicadas al punto de venta, entre otros servicios.
- **Limpieza y mantenimiento:** Prestación de servicios de limpieza general, edificios, obras, cristales, tratamiento de suelos o mantenimiento de parking.
- **Logística:** Creación de un negocio independiente para servicios logísticos. El impulso del comercio *online* y de la estrategia omnicanal que lleva a cabo el Grupo han sido los catalizadores de este proyecto. El Corte Inglés dispone de una sólida infraestructura logística dedicada al servicio interno de su propio negocio de *retail*.
- **Integra:** Es un Centro Especial de Empleo cuya finalidad es promover la inserción laboral de personas con discapacidad física, psíquica y sensorial.
- **Interservicios ETT:** Su actividad se centrará en poner a disposición de otras compañías personal que pueda ser contratado con carácter temporal.
- **Suministros:** Venta a otras compañías de uniformidad, equipos de protección individual y otros productos.





Fachada de El Corte Inglés en la calle Preciados (Madrid) a mediados del siglo pasado.

# Nuestros pilares

Nuestro negocio ha ido evolucionando a lo largo de sus más de 80 años de historia, pero ha mantenido los mismos valores de siempre. Nuestros principios éticos y responsables hacia el cliente, los empleados, los proveedores, la sociedad y el medio ambiente nos permiten evolucionar hacia un modelo más alineado con la digitalización, la diversificación y la sostenibilidad.

En El Corte Inglés llevamos años trabajando para conseguir un planeta más sostenible y un futuro mejor para todos. Para ello, actuamos en distintos ámbitos que nos han permitido impulsar condiciones de fabricación adecuadas y responsables, optimizar el consumo de los recursos y la gestión de residuos, y avanzar en nuestra vocación de vinculación con la sociedad y el entorno.



Decoración de la planta de juguetes.

**759,7**millones de visitas a  
nuestras web y app**15,2**millones de pedidos  
*online* en *retail*  
**+130,8%**  
respecto a 2019**1,7**millones de  
referencias publicadas  
en la web de  
El Corte Inglés**5**millones de seguidores  
en nuestras redes  
sociales**+ de  
107.000**referencias de  
productos sostenibles  
en *retail***11,6**millones de usuarios  
de tarjeta de compra  
El Corte Inglés

## El Cliente

Los clientes son nuestra razón de ser, la confianza mutua que mantenemos con ellos nos ha convertido en un *curator*, un aliado incondicional orientado a facilitar la vida de las personas.

El cliente es la razón de ser de nuestro negocio y, por ello, nos esforzamos por mantener una relación sólida de confianza. Nuestro modelo de negocio está basado en una propuesta comercial atractiva, variada y de calidad, que incorpora de forma permanente productos y servicios pioneros que den respuesta a las nuevas necesidades que surgen.

La digitalización y la omnicanalidad, permiten una interrelación constante entre el mundo físico y el entorno *online*, para que el usuario pueda encontrar indistintamente estos productos y servicios en ambos canales.

Todo esto, ligado a la experiencia acumulada, es lo que nos ha valido la confianza de los ciudadanos y lo que nos ha convertido en un verdadero "facilitador" de la vida de las personas. Este año, con la irrupción del Covid-19, todas las empresas del Grupo han transformado una parte de su actividad para acompañar al cliente en un momento de especial dificultad.

### 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

La atención personalizada y nuestra vocación de servicio son piezas fundamentales que nos diferencian como empresa. Para ello, contamos con un equipo especializado de profesionales que garantizan la excelencia en el servicio. Disponemos de un Servicio de Atención al Cliente en nuestros centros comerciales, que actúa como guía para solucionar dudas, tramitar procesos y recibir sugerencias, entre otras funciones, lo que nos permite cuidar la relación de confianza mutua con nuestros clientes.

En este año ha sido primordial nuestro compromiso para asegurar las máximas condiciones sanitarias y para mantener abiertas sin interrupción las áreas esenciales, especialmente durante los meses más duros de la pandemia.

En este sentido, fuimos innovadores y pioneros a la hora de ofrecer servicios especiales para potenciar la compra *online* y dar prioridad a algunos colectivos. Para ello, en el mes de marzo, se habilitaron en nuestras áreas de alimentación líneas de caja especiales para personas mayores de 65 años; y, se les dio prioridad en el momento de realizar la compra con el fin de agilizar sus gestiones y que permanecieran el menor tiempo posible fuera de sus hogares. Asimismo, tenían acceso preferente a los establecimientos durante la primera hora de apertura.

Además, como reconocimiento a la extraordinaria labor de todos los profesionales de Sanidad, habilitamos un número de teléfono y una dirección de correo electrónico exclusiva para el personal sanitario con el objetivo de que pudieran realizar su pedido de una forma más ágil y rápida, y recibieran de forma gratuita la compra en su domicilio.

Las sinergias entre el mundo *online* y *offline* nos han llevado a potenciar tres servicios que, aunque ya se habían puesto en marcha, este año se ha incrementado su demanda y han adquirido un protagonismo especial:

**CLICK & CAR** | **RECOGIDA EN TIENDA** | **ENTREGA EN EL DÍA**

Por otro lado, El Corte Inglés evalúa la experiencia global de los clientes para seguir avanzando en la mejora continua. El Grupo desarrolla a lo largo del año numerosos estudios, a través de los cuales se analizan variables como el conocimiento que el consumidor tiene del producto, sus preferencias, la calidad del servicio y su grado de satisfacción.

Cada año elaboramos un barómetro con el objetivo de conocer la evolución del grado de satisfacción sobre los servicios de composturas, instalaciones y envíos de El Corte Inglés. En el ejercicio 2020 realizamos cerca de 69.000 encuestas a clientes (78.275 encuestas en 2019), con un porcentaje de satisfacción global muy positivo de 91,9% (92% en el ejercicio anterior). Este dato es positivo considerando las dificultades habidas para mantener los servicios con el mismo nivel que nos caracteriza a pesar del Covid-19. Los servicios de composturas fueron los de mayor índice de satisfacción con un 95,7%.

Las empresas del Grupo que operan en el sector asegurador, en viajes, así como El Corte Inglés Empresas también realizaron sus propias encuestas de satisfacción que, en conjunto, alcanzaron las 35.164 en el ejercicio 2020. Así, Viajes El Corte Inglés obtuvo un resultado de 9 puntos del grado de satisfacción de los clientes vacacionales (mismo resultado que en el ejercicio

anterior) y un 8,8 en los clientes corporativos (8,4 en 2019). De igual manera, el Grupo Seguros mejoró el índice de satisfacción en 0,3 puntos porcentuales (7,9 en 2020, frente al 7,6 en 2019) y El Corte Inglés Empresas, en 0,1 puntos porcentuales (8,3 en 2020 frente a 8,2 en 2019). Estas cifras, teniendo en cuenta el singular contexto vivido en el ejercicio por motivo del Covid-19, son consideradas como positivas.



## INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN

La innovación en todos los ámbitos es uno de los pilares fundamentales de El Corte Inglés. En los últimos años, una parte importante de los esfuerzos se han centrado en la digitalización de todas las líneas de actividad. La irrupción del Covid-19 ha acelerado la estrategia de omnicanalidad y nos ha permitido avanzar con paso firme en la transformación de nuestro modelo de negocio. Por ello, seguimos trabajando para ser una compañía 100% digital.

Durante toda la crisis sanitaria ha sido fundamental el negocio *online*. Los centros comerciales permanecieron cerrados durante unos meses a excepción de las áreas de alimentación y de productos de primera necesidad, por lo que gracias a la tienda *online* pudimos complementar la oferta de nuestras tiendas y acompañar a nuestros clientes en la distancia. Además, durante el periodo de confinamiento, monitorizamos el comportamiento y necesidades de los clientes de forma continua, con el fin de detectar oportunidades y solucionar problemas.

### Principales cifras 2020 del comercio electrónico

15,2 millones de pedidos *online* en *retail* (+130,8% respecto a 2019)

759,7 millones de visitas a nuestras web y *app* (+41,4% vs. 2019)

8,6 millones de usuarios registrados en nuestras web de *retail*

7,8 millones de clientes con cuenta digital (+33,7% respecto al ejercicio 2019)

+ de 1,6 millones de clientes compran por algún canal *online*

1,4 millones de clientes multicanal (+46,4% respecto al ejercicio 2019)

El incremento del uso de los dispositivos móviles para navegar y comprar en la web llevó a El Corte Inglés a rediseñar totalmente su tienda *online*, orientándola a la navegación móvil. Así, en 2020, El Corte Inglés ha dado un paso más con el lanzamiento de su nueva *app* y su tarifa plana, El Corte Inglés Plus. De esta forma, cambia la manera de relacionarnos con nuestros clientes; la nueva *app* abre el camino hacia una comunicación más personalizada con el usuario digital. Incluye los servicios de navegación y compra de [elcorteingles.es](http://elcorteingles.es) y aumenta las funcionalidades ofrecidas. Desde su lanzamiento en octubre de 2020 hasta finales de febrero 2021, la *app* de El Corte Inglés ha registrado 21,1 millones de visitas y casi un millón de descargas.

También hemos puesto en marcha nuestra nueva web, que ofrece mayor flexibilidad en la navegación, centrada en la personalización para cada cliente y con una amplia oferta de 1,7 millones de referencias de todas las categorías y marcas. Contamos con un surtido de más de 300.000 referencias con servicio de Entrega en el Día, y desde septiembre de 2020 se incorporaron 50.000 productos de alimentación. En el ejercicio recibimos un total de 759,7 millones de visitas entre las distintas web del Grupo, un 41,4% más que el año anterior.

En línea con la tendencia de crecimiento del tráfico a través de los *smartphones*, se ha dado especial protagonismo a la versión de la web para móvil y *app*. Además, se ha incorporado Bizum como método de pago para los pedidos *online* que realice el cliente. Este sistema facilita la experiencia de compra a través de un proceso seguro y más sencillo, en el que solo deben introducir su número de teléfono y confirmar un doble factor de autenticación.

Estos avances nos han permitido ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes y hacer frente a la alta demanda de pedidos gestionados a través del canal *online* que tuvieron lugar como consecuencia de los nuevos hábitos que se han adquirido a raíz de la alerta sanitaria.

El número de clientes registrados en nuestras web de *retail* alcanzó los 8,6 millones en 2020. El método de pago más utilizado fue el de nuestra tarjeta de compra El Corte inglés.

### TARJETA DE COMPRA EL CORTE INGLÉS

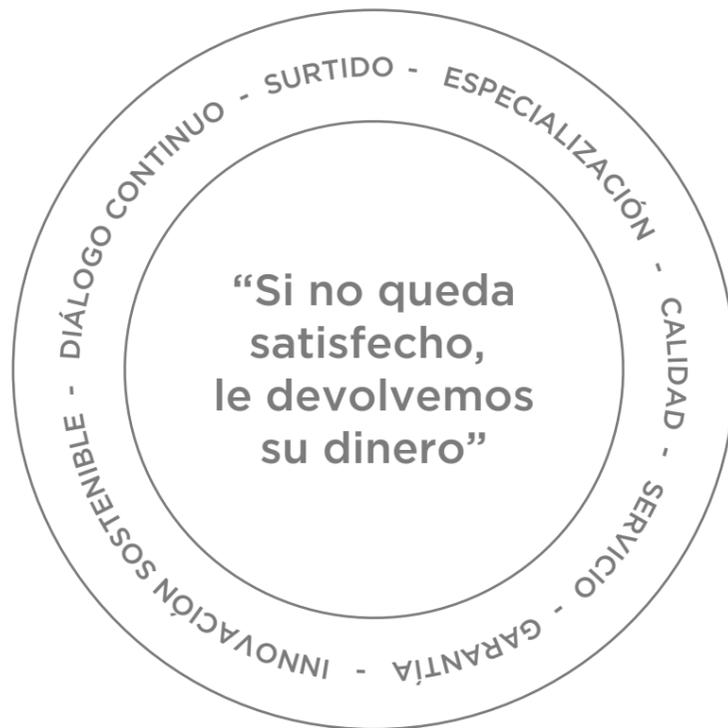
La tarjeta de compra El Corte Inglés nació con el fin de facilitar las compras a nuestros clientes. Se ha convertido en una de las tarjetas más populares y utilizadas en España, con más de 11,6 millones de usuarios. Además, la nueva *app* incorpora la tarjeta de compra El Corte Inglés y, de esta forma, es posible pagar con el móvil las compras realizadas en cualquiera de las enseñas del Grupo, así como consultar los movimientos de la tarjeta e incluso, para aquellas personas que no dispongan de ella, solicitarla a través de este canal mediante un proceso totalmente digital. Este método de pago ofrece innumerables ventajas, como financiaciones, beneficios para el parking o bonificaciones en estaciones de servicio, entre otras.

En reconocimiento a la calidad y a la innovación de los productos de marca propia volvimos a ser merecedores de cinco premios Salute To Excellence en la Feria PLMA's 2020 (Private Label Manufacturer Association). Estos galardones valoran y premian la excelencia en la calidad y la innovación de los productos de gran consumo, en las categorías de alimentación y no alimentación.

Otra de las iniciativas que reconocen nuestra vocación innovadora ha sido la participación en el foro "Innovation in Company" que tenía como objetivo promocionar la sostenibilidad entre el ecosistema emprendedor en España. Para ello, se establecieron tres retos: Gestión eficiente y responsable de aspectos ASG en cadena de suministro; medición y comunicación de la huella ambiental y social de los productos, y la trazabilidad de productos desde el origen hasta el cliente final.

## LA OFERTA MÁS DIVERSA Y DE MÁXIMA CALIDAD

Los compromisos de calidad y garantía sustentan las bases de nuestro modelo de negocio, junto con los principios de variedad del surtido, innovación, adecuación a las exigencias del mercado y la vocación de servicio. Esto nos ha llevado a establecer exigentes niveles de supervisión de nuestros procesos, con el fin de garantizar la máxima calidad de los productos y servicios, así como diversificar las líneas de actividad para adaptarse a las nuevas necesidades y ofrecer un surtido más completo. Todo esto apoyado siempre en nuestros principios éticos y responsables hacia el cliente.



## VARIEDAD EN LA OFERTA

El Grupo El Corte Inglés trabaja para diversificar su negocio a través de nuevas líneas de actividad que le permitan seguir creciendo y adaptándose a la sociedad y al entorno cambiante.

En el negocio de *retail* nos caracterizamos por ser el gran escaparate de las marcas, donde conviven firmas de prestigio, nacionales e internacionales; marcas propias, y firmas emergentes para satisfacer a clientes con diferentes gustos, intereses y posibilidades económicas. En las áreas de alimentación ofrecemos tanto productos típicos de la gastronomía española (muchos de ellos con denominación de origen e indicaciones geográficas protegidas) como otros de gran reconocimiento internacional.

Todo esto se traduce en una extensa oferta, compuesta por productos y servicios de todas las categorías, respetuosos con el medio ambiente, y que contribuyen a fomentar un estilo de vida saludable para nuestros clientes. **En el ejercicio 2020 el número de referencias totales de retail alcanzó 1,7 millones.**

Hemos puesto en marcha el Proyecto del Catálogo Extendido para llevar la oferta completa de productos y servicios de El Corte Inglés a cualquier punto de España, un paso que afianza la omnicanalidad. Así, en 2020 hemos ampliado el número de firmas disponibles en nuestra web con la incorporación de 162 marcas nuevas que, junto con las que ya había, suman un total de 887.

Durante este ejercicio tan atípico, uno de nuestros principales objetivos ha sido garantizar el suministro de productos sin renunciar al nivel de servicio y al amplio surtido. Para ello, nos hemos apoyado en el producto local, a través de una estrecha colaboración con los proveedores españoles y la economía regional. Este año, se han comercializado 165.964.767 kilos de productos frescos, un 12,6% más que en 2019.

## TODO EL CORTE INGLÉS ESTÁ PARA TI CON EL BUSCADOR DE ARTÍCULOS



## MARCAS PROPIAS

Contamos con una diversificada oferta de marcas propias de todos los segmentos, moda, deporte, muebles, textil hogar, papelería, juguetes, electrónica y electrodomésticos. En el área de moda y zapatería, destacan las 69 marcas propias con una amplia gama de productos para todos los públicos: mujeres, hombres y niños.

En cuanto a alimentación y gran consumo, ofrecemos cerca de 620.937 referencias de nuestras marcas propias El Corte Inglés, Aliada, Special Line, Club del Gourmet, All Intense, Veckia, Fred & Rita y Katakán. Todas ellas están presentes tanto en la tienda física como *online* y se caracterizan desde hace años por su garantía y calidad.

La innovación también se extiende al surtido, con la incorporación de referencias en todas las categorías de producto, que se adaptan a las nuevas demandas. En 2020, destaca el lanzamiento de la marca El Corte Inglés Selection, constituida por aproximadamente 600 referencias, con altos estándares de calidad y con un *packaging* diferenciador acorde con sus atributos *premium*.

Asimismo, ampliamos nuestra oferta de productos que favorecen una alimentación equilibrada. Por ello, hemos reformulado la composición de diversas referencias de marcas propias, con el objetivo de mejorar su perfil nutricional para incrementar sus propiedades saludables. El Corte Inglés participa en el Plan de Colaboración para la Mejora de la Composición de los Alimentos y Bebidas, que tiene como meta la disminución del contenido de sal, azúcar y grasas en los productos. Esto se enmarca en la Estrategia de la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad (NAOS) que promueven la AESAN (Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición) y la OMS (Organización Mundial de la Salud).

En el área de hogar, disponemos de un variado surtido de marcas propias de mobiliario y decoración dirigidas a los diferentes estilos de vida: El Corte Inglés room, Mini Home, Nuestro mejor precio, Vida al aire libre y La oficina en casa.

## NECESIDADES ESPECIALES

Sensibles a necesidades en alimentación derivadas de enfermedades e intolerancias que afectan a algunos colectivos, contamos con más de 6.700 referencias de alimentación aptas para celíacos, diabéticos o intolerantes a la lactosa, lo que supone un aumento en la oferta de un 16,2%. Además, ofrecemos productos multiculturales, con 371 productos kosher y halal.

Dentro del espacio La Biosfera hemos aumentado la oferta de alimentos y productos ecológicos respetuosos con el medio ambiente alcanzando las 2.990 referencias.

En el ámbito de la moda, contamos con productos que se adaptan a condiciones particulares de cada persona como las prendas a medida, las tallas especiales, las prendas específicas para bebés prematuros o encargos de uniformidades especiales de algodón 100%.

En las parafarmacias de los centros comerciales contamos con personal farmacéutico y dietistas especializados que ofrecen un servicio personalizado de asesoramiento en productos para la salud y cuidado personal.

## NUEVOS ESPACIOS, ESTILOS DE VIDA Y ENTRETENIMIENTO

Las medidas adoptadas a raíz del Covid-19 han llevado a la población a adoptar nuevos hábitos de vida. Esto ha dado lugar a la incorporación de nuevos artículos a nuestro surtido, como son las mascarillas, geles hidroalcohólicos, pulsioxímetros, termómetros sin contacto, así como productos específicos para problemas de la piel derivados del uso de gel hidroalcohólico y mascarilla, reforzando asimismo la categoría de vitaminas y defensas.

Las nuevas rutinas también incluyen diferentes códigos de vestir, diferentes formas de trabajo y de entretenimiento. Por esta razón, hemos lanzado colecciones de *homewear* con prendas que se adaptan a este actual estilo de vida.

Las casas han adquirido nuevos roles convirtiéndose tanto en lugares de trabajo como de ocio y descanso. Por ello, hemos reforzado las categorías relacionadas con el equipamiento del hogar, más de 1.000 referencias de pequeño electrodoméstico con la posibilidad de entrega en el día y más de 600 referencias de gran electrodoméstico con compromiso de entrega entre 24 y 48 horas.

Además, hemos ampliado nuestro surtido en categorías relacionadas con *fitness* doméstico, disciplinas al aire libre y de práctica individual, como el ciclismo, *running*, *trekking*, pádel y golf, que nos ha llevado a incrementar la cartera de proveedores para poder dar respuesta a los picos de demanda.



## CALIDAD Y SEGURIDAD

La calidad de nuestros productos y servicios es uno de los principios que guían todas nuestras líneas de actividad. Trabajamos cada día para garantizar la trazabilidad y la seguridad como ejes de actuación para cumplir con las expectativas de nuestros clientes.

---

La mejor oferta al mejor precio

---

Nuestros profesionales son una pieza fundamental para cumplir los estándares de calidad implementados en el Grupo El Corte Inglés. Por ello, durante el ejercicio, nuestros técnicos han recibido formación sobre las novedades del sector y actualizaciones legislativas relacionadas con la calidad y seguridad que afectan a los artículos que comercializamos.

En 2020, hemos reforzado los procedimientos para detectar y anticiparnos a situaciones que podrían generar alertas que afecten a cualquier tipo de producto comercializado, y hemos intensificado las actuaciones rápidas y eficaces para solventar el problema y eliminar los potenciales riesgos.

El trabajo de los equipos de Calidad se centra en tres áreas de actuación: alimentación y gran consumo, textil y productos de bazar.

### Principales cifras 2020

| Alimentación - Gran Consumo                       | Textil   | Productos de Bazar                                    |
|---|--|---|
| 9.847 muestras de alimentación analizadas         | 5.125 ensayos en prendas textiles y modelos de zapatería para comprobar su calidad: Estándar El Corte Inglés | 14.773 verificaciones y ensayos en productos de bazar |
| <b>Marcas propias alimentación y gran consumo</b> |  |   |
| 448 análisis en productos                         |  |   |
| 31 visitas a fabricantes en el ejercicio          |  |   |

## ALIMENTACIÓN - GRAN CONSUMO

Nuestros **estándares de calidad y nuestro modelo de gestión** han sido herramientas clave ante los desafíos que han surgido durante la pandemia. Han demostrado ser fiables, robustos y flexibles, lo que nos ha permitido mantener y reforzar los altos estándares que nos caracterizan.

Estos sistemas preventivos con enfoques y procesos más simples están estructurados en una serie de normas, procedimientos y herramientas, que nos permiten asegurar que los productos que comercializamos cumplen con todas las garantías requeridas.

Para verificar su eficacia hemos mantenido el **Plan de auditorías de seguridad alimentaria en centros comerciales**, tanto en el ámbito de supermercados como en hostelería. Nuestras exigencias se trasladan también a los operadores que comercializan sus marcas en nuestros establecimientos, lo que asegura la máxima calidad en todos los productos y servicios que ofrecemos.

Adicionalmente, y dado que los negocios de hostelería y Club del Gourmet han ampliado su forma de llegar al cliente a través de la modalidad *delivery*, se han desarrollado las operativas para que nuestros productos lleguen al domicilio del cliente con las mismas garantías que si se adquirieran de forma presencial.

Asimismo, en el ámbito de la fabricación propia (obradores de panadería y pastelería, y cocina central de platos preparados) se han intensificado las exigencias de calidad y seguridad alimentaria en los procesos, con la implantación de un nuevo estándar bajo la Norma ISO 22000.

---

Durante este ejercicio, se han llevado a cabo 882 auditorías de seguridad alimentaria (un 26% menos respecto al ejercicio anterior, debido al impacto y las limitaciones causadas por el Covid-19).

Los procesos de calidad y seguridad se han mantenido en todo momento, garantizando la compra segura para nuestros clientes ya que, además de los aspectos evaluados habitualmente, se ha incluido la revisión de procedimientos para garantizar la higiene y seguridad anti-Covid, implantados en estas áreas.

---



Elaboración de Roscones de Reyes en nuestro obrador de pastelería.

## TEXTIL

La Política de Aseguramiento de la Calidad del Grupo El Corte Inglés establece diversos procedimientos para garantizar los máximos estándares de calidad y de cumplimiento normativo en todos los productos. Ejemplo de ello sería el “Procedimiento de Testing 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 corporativa 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, se lleva a cabo un monitoreo de las modificaciones en el ámbito legislativo, respecto al REACH que entrarán en vigor a partir de noviembre de 2021. El Corte Inglés ha actualizado sus políticas y procedimientos para que las producciones se fabriquen bajo estos nuevos criterios. Además, se ha trasladado a los proveedores la necesidad de adaptar los procedimientos a los nuevos criterios de seguridad del Reglamento REACH.

Con el fin de buscar la máxima seguridad, El Corte Inglés verifica que sus tejidos y prendas cuentan con características de composición, solidez de colores o propiedades físicas de la mejor calidad. Por ello, se realizan una serie de controles físico-mecánicos llevados a cabo por nuestros laboratorios, en colaboración con uno externo de referencia, en la fase de preproducción. Adicionalmente a estos ensayos de validación, se realizan inspecciones post-producción que han permitido mejorar nuestro marco de colaboración con los fabricantes.

También tienen especial relevancia en este ámbito los test realizados para salvaguardar la seguridad mecánica de productos infantiles, destinados a evitar riesgos como atragantamiento o inflamabilidad.

| Ej.  | Número de informes para el control de seguridad en prendas y artículos textiles y calzado | Porcentaje de los informes en prendas que corresponden al control de sustancias químicas peligrosas |
|------|---|---|
| 2019 | 10.535  | 72%   |
| 2020 | 8.471   | 70%   |

## BAZAR

Contamos con dosieres de calidad en los que se recogen todos los ensayos y certificados que se deben realizar para garantizar la seguridad de los productos de nuestras marcas de juguetes, productos del hogar y electrodomésticos basados en la normativa europea.

El impacto del Covid-19 ha tenido como respuesta el desarrollo e implementación de procedimientos técnicos para la validación de los distintos tipos de mascarillas (higiénicas, quirúrgicas y EPIS de protección frente al Covid-19) comercializadas por El Corte Inglés. Dichos procedimientos incluyen la definición del test que deben realizar los laboratorios externos con los que colaboramos, para que acrediten la conformidad y el grado de protección de esta nueva categoría de producto, de acuerdo con los requisitos legales.

Además, algunas de nuestras líneas de negocio cuentan con certificaciones bajo normativa internacional, como la ISO 9001:2015. Como ejemplo de nuestro compromiso con la calidad, en el ejercicio anterior certificamos 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), y ampliamos la certificación ER-0207/1997 para la ejecución de obras de rehabilitación de edificios y reforma y equipamiento de espacios en El Corte Inglés Empresas. En SICOR contamos con certificación ISO 9001 y el sistema de Gestión de Seguridad y Salud OHSAS 18001.



## LA MEJORA CONTINUA Y EL DIÁLOGO PERMANENTE

La comunicación fluida con nuestros clientes es una pieza clave para la evolución del negocio; de esta forma, es posible detectar nuevas oportunidades de mejora o de crecimiento con el fin de mantener la excelencia en el servicio y la oferta de productos. Con el diálogo continuo logramos conocer las necesidades, expectativas y sugerencias de nuestros clientes, para responder de manera rápida y eficaz.

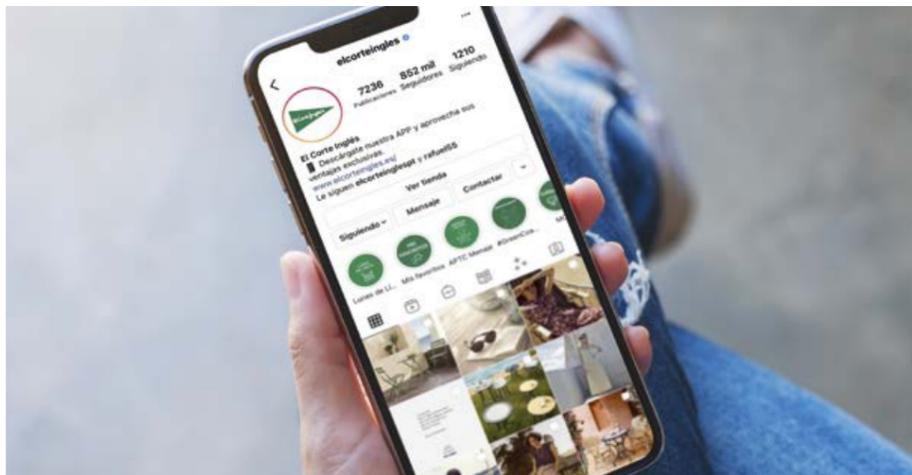
## COMUNICACIÓN PERMANENTE MULTICANAL

Ponemos a disposición de nuestros clientes una gran variedad de canales de comunicación para mantener una relación cercana con ellos y fácilmente accesible.

La pandemia del Covid-19 ha traído importantes retos y también nuevas oportunidades. En este sentido hemos apostado por la transformación de nuestro centro de atención al cliente, con la incorporación de nuevos procesos y sistemas tecnológicos. De esta manera, podemos anticiparnos e innovar a través de canales de contacto alternativos, herramientas de autogestión para el cliente e indicadores de experiencia, entre otras piezas claves de la transformación de nuestro *Digital Contact Hub*.

Sigue creciendo el número de clientes que confían en nosotros y que nos dan su consentimiento expreso para poder contactar con ellos. Ya son 7,4 millones de personas las que han proporcionado su información de contacto a través de los diferentes canales, email, teléfono móvil, dirección postal y nuestra *app* para poder dirigirnos directamente a ellos y ofrecerles ventajas sobre nuestros productos y servicios. En el caso de los clientes de habla portuguesa (265.921 personas a las que se ha podido contactar en 2020), el dato registrado supone un incremento del 64,1% respecto al ejercicio anterior.

Hemos recibido más de 44 millones de llamadas (un 87,5% más respecto al ejercicio anterior) y 4 millones de correos electrónicos (un 99,7% más respecto a 2019) por lo que hemos reforzado el servicio de atención al cliente con el fin de satisfacer las nuevas necesidades.



Alcanzamos los 5 millones de usuarios que nos siguen en redes sociales.

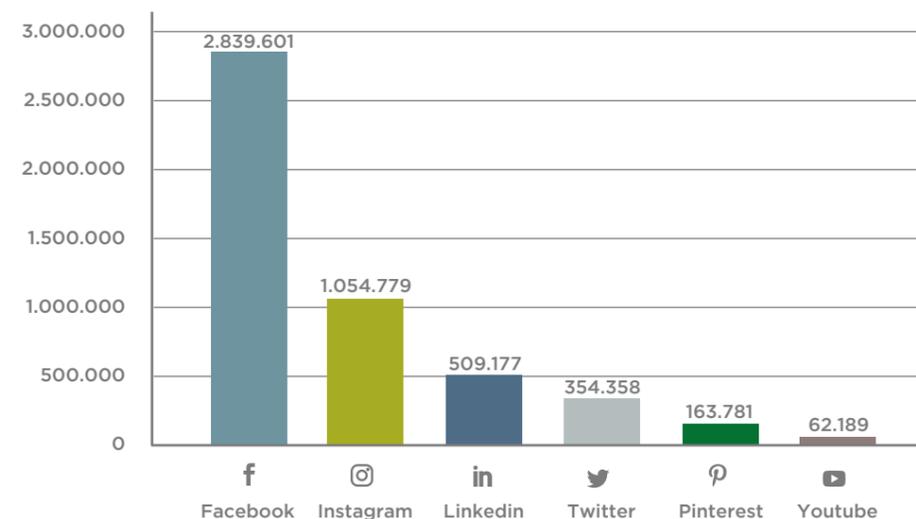
## Principales cifras 2020

|  |
|--|
| 44 millones de llamadas de clientes recibidas y 3 millones de llamadas realizadas a clientes |
| Más de 512.000 SMS enviados  |
| 4 millones de correos electrónicos recibidos   |
| Más de 1,6 millones de correos electrónicos enviados   |
| Más de 156.000 contactos gestionados en redes sociales                                       |
| 5 millones de seguidores en redes sociales   |

También estamos presentes en las principales redes sociales como son Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Pinterest y Youtube. Son canales de comunicación accesibles para todos los ciudadanos a través de los cuales pueden hacer llegar sus sugerencias y estar informados de nuestras principales iniciativas, promociones y lanzamientos.

Nuestra comunidad en redes sociales ha alcanzado, durante 2020, 5 millones de seguidores<sup>3</sup> (3,5 en el ejercicio 2019), con un aumento considerable de Pinterest, LinkedIn e Instagram. La red social más seguida por los usuarios es Facebook con 2,8 millones de seguidores, y a continuación Instagram con 1,1 millones de usuarios. Otro aspecto relevante ha sido el lanzamiento de la primera iniciativa a través de TikTok, coincidiendo con la campaña de Navidad y que tuvo una gran acogida.

## Usuarios redes sociales en 2020



<sup>3</sup> Incluye por primera vez, y a diferencia del dato del ejercicio 2019, los seguidores de Supercor, El Corte Inglés-Grandes Armazéns y Grupo Viajes.

## GESTIÓN DE INCIDENCIAS

Disponemos de un modelo de gestión con los clientes que nos permite dar una respuesta adecuada e inmediata a las necesidades y los incidentes que puedan surgir.

A través de la plataforma Salesforce se gestionan las incidencias de las empresas del Grupo recibidas en los centros comerciales de El Corte Inglés, mientras que, de forma paralela, el resto de empresas del Grupo disponen de sus propios canales de comunicación de incidencias.

Los primeros meses del ejercicio coincidieron con el inicio del estado de alarma, cuando se restringió el movimiento y la actividad no esencial, que nos obligó a limitar la apertura de los establecimientos, adaptar nuestra actividad y dar respuesta a la alta demanda de pedidos *online* que se acumularon en un corto plazo de tiempo y que supusieron un despliegue logístico sin precedentes. En línea con este crecimiento exponencial se ha incrementado también el número de incidencias con respecto al año anterior; así, en 2020, se han registrado 784,4 mil frente a 307,3 mil de 2019. La mayor parte se deben a temas logísticos y de cumplimiento del tramo horario indicado.

Asimismo, el incremento del número de solicitudes de información registrados también ha sido motivado por la incorporación, por primera vez, al sistema de gestión Salesforce, de las reclamaciones de alimentación y de peticiones de servicio de atención técnica de grandes electrodomésticos. El periodo medio de resolución de las incidencias registradas en centros comerciales de El Corte Inglés gestionadas a través de esta herramienta fue de 3,7 días. Por su parte, en El Corte Inglés-Grandes Almacenes el tiempo medio de resolución fue de 1,13 días, en Supercenter de 15 días; 18 días en Grupo Seguros por la complejidad de sus operaciones y 44 días en el Grupo Viajes, motivado por el alto número de cancelaciones de reservas de viajes y peticiones de reembolso. Además, una parte de la plantilla estaba acogida a un ERTE, lo que ha ralentizado los procesos.

## PROTECCIÓN DE DATOS

En el contexto actual, uno de los mayores riesgos para los negocios es la seguridad de la información. En el Grupo El Corte Inglés trabajamos para salvaguardar la privacidad y los datos personales de nuestros clientes como factor clave para mantener la confianza que éstos depositan en nosotros.

Hemos reforzado la gestión de la ciberseguridad y la seguridad de la información como respuesta al estrés al que han estado sometidas las redes y sistemas operativos en el ejercicio, lo que lleva aparejado el incremento del riesgo de exposición a amenazas cibernéticas por la potenciación del comercio *online* y las nuevas formas de trabajo.

En el ejercicio 2020 hemos mantenido un alto nivel de control sobre los datos personales tratados, aplicando las medidas técnicas y organizativas que nos permiten garantizar la privacidad y seguridad de los mismos. Esto se enmarca en el cumplimiento de las normas vigentes, tanto a nivel europeo con el Reglamento 2016/679 (RGPD de 2016) como a nivel nacional con la Ley Orgánica 3/2018 de Protección de Datos y Garantía de los Derechos Digitales, así como de los compromisos internos asumidos por el Grupo para una diligente protección de datos personales.

Fruto del esfuerzo realizado en este sentido, en el presente ejercicio no se han recibido reclamaciones relativas a violaciones de la privacidad por parte de terceras partes ni de autoridades regulatorias. Igualmente, no se han identificado casos de filtraciones, robos o pérdidas de datos personales.

Por otra parte, y en relación con las medidas organizativas y técnicas, se ha trabajado en perfeccionar y ampliar la gestión de Registros de Tratamiento a través de “ePrivacy V6”, una herramienta de gestión integral de la privacidad, que permite calificar todos los registros de actividades de tratamiento para identificar si el tratamiento es de bajo o alto riesgo.

## TRANSPARENCIA EN LA INFORMACIÓN

En El Corte Inglés asumimos el compromiso ético de ejercer de forma responsable la libertad de comunicación comercial a través del sistema de autorregulación publicitaria. Por ello, somos miembros de Autocontrol, organismo independiente de autorregulación de la industria publicitaria en España, que vela por el respeto a la ética publicitaria y a los derechos de los consumidores.

El certificado de Responsabilidad Social Corporativa otorgado por Autocontrol acredita que El Corte Inglés ha cumplido con el Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol en sus comunicaciones comerciales. Asimismo, certifica no haber registrado reclamaciones dirigidas contra la publicidad de El Corte Inglés por razón de discriminación de género.

En ese sentido, elaboramos trimestralmente el Reporte de Cumplimiento que recoge las potenciales incidencias/reclamaciones que nos lleguen de los consumidores vía Autocontrol. Complementario a esto, utilizamos con carácter preventivo, antes de la emisión de ciertas campañas, los servicios de Consulta Previa o Copy Advice®, herramienta de uso generalizado en la industria publicitaria española para asegurar el cumplimiento normativo y evitar incurrir en posibles infracciones o riesgos reputacionales.

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

### MOVIMIENTO POR LA SOSTENIBILIDAD

La producción y el consumo responsables (ODS 12) forman parte de los ejes estratégicos de nuestra actividad y sustentan las bases del Movimiento por la Sostenibilidad. Una iniciativa que pusimos en marcha en 2019 con el objetivo de continuar avanzando hacia un modelo de negocio y un estilo de vida más sostenible.



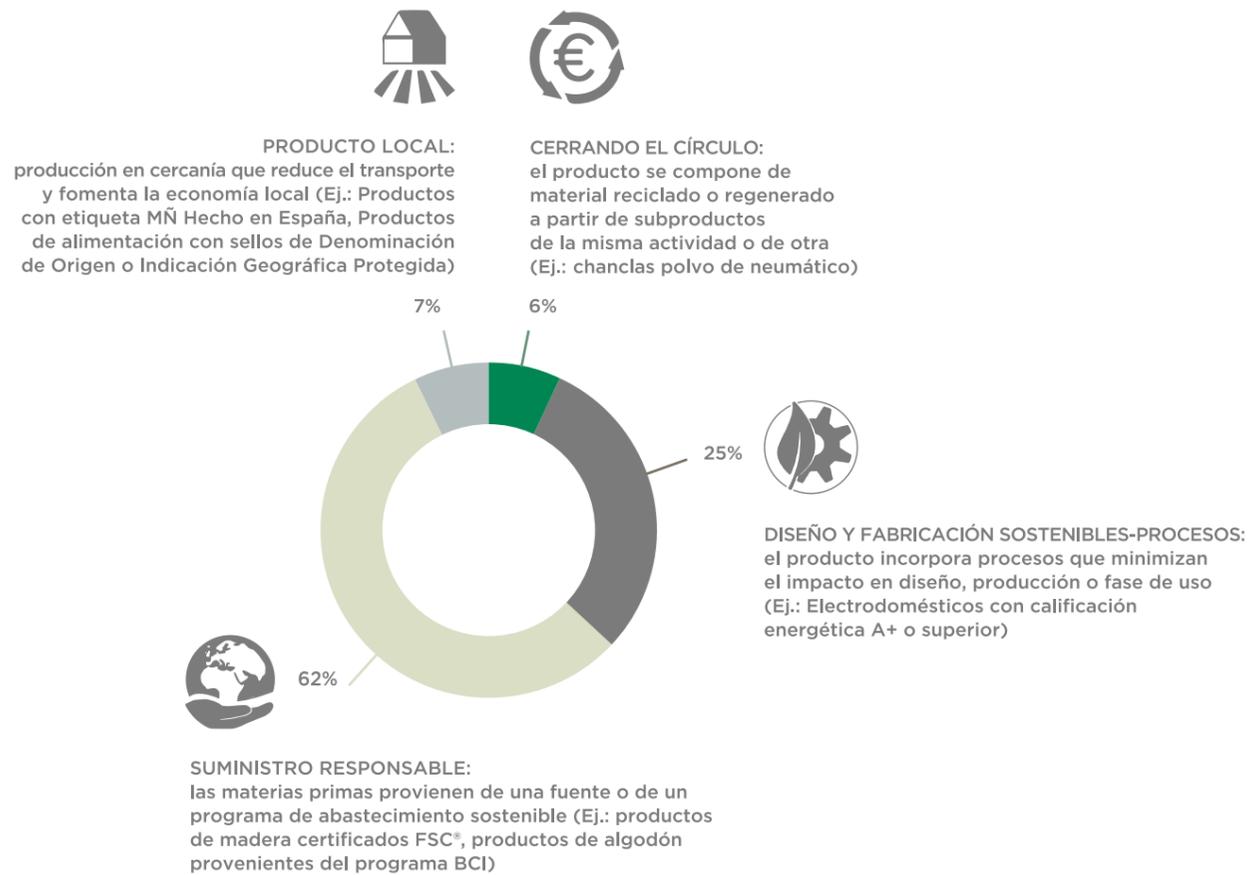
El Consejo de Administración aprobó en el ejercicio 2020 el nuevo Plan Director de Sostenibilidad y RSC 2021-2025, que estructura nuestras líneas estratégicas de actuación en la materia para los próximos ejercicios. En este sentido, se han definido más de 270 acciones agrupadas en 9 programas que están alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible:

| En movimiento por la sostenibilidad               | Consumo responsable                      | Producción responsable                   | Digitalización "verde"                        | Acción por el clima        | Cultura corporativa, igualdad, diversidad y compromiso social  | Buen gobierno                                |
|---|--|--|---|----------------------------|--|--|
| Objetivos de Desarrollo Sostenible                | 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES<br> | 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES<br> | 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA<br> | 13 ACCIÓN POR EL CLIMA<br> | 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD<br><br>5 IGUALDAD DE GÉNERO<br><br>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO<br><br>10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES<br> | 16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS<br> |
| 1. Hábitos de consumo sostenible                  |  |  |   |                            |  |  |
| 2. Vida saludable, seguridad y bienestar          |  |  |   |                            |  |  |
| 3. Productos, servicios y negocios sostenibles    |  |  |   |                            |  |  |
| 4. Pasaporte digital del producto                 |  |  |   |                            |  |  |
| 5. Economía local y de cercanía                   |  |  |   |                            |  |  |
| 6. Logística y movilidad sostenibles              |  |  |   |                            |  |  |
| 7. Reducción del impacto ambiental                |  |  |   |                            |  |  |
| 8. Equipo comprometido                            |  |  |   |                            |  |  |
| 9. Políticas, responsabilidad y debida diligencia |  |  |   |                            |  |  |

## COMPRA RESPONSABLE

Durante el ejercicio 2020, se desarrolló una nueva versión de la Guía de Producto Sostenible para compradores y proveedores de El Corte Inglés, que incluye cuatro programas y más de 100 atributos de sostenibilidad que añaden valor al producto en alguna de las fases de su ciclo de vida, reduciendo la huella ambiental de dicho producto. Esta guía ha recibido el apoyo de OCU, UNED, AECOC, Slow Fashion Next y de la Universidad de Navarra.

### Programas de la guía de producto sostenible



La calidad es un aliado fundamental para transformar el negocio con el fin de adaptarlo a la economía circular y promover el consumo responsable. En El Corte Inglés abogamos por un producto de calidad, con una vida útil larga. Asimismo, contamos con servicios de arreglos y reparaciones que redundan en dar una segunda vida a los productos.

Para ello, el Grupo cuenta con un Comité de Compra Responsable y varios subcomités que han puesto en marcha diferentes iniciativas basadas en las directrices definidas en el Plan Director de Sostenibilidad y RSC 2021-2025 y en los compromisos empresariales fijados por el Grupo (entre los que destaca *Fashion Pact*); así, se ha establecido una hoja de ruta concreta en cada uno de los ámbitos. Algunos de los compromisos adquiridos por la compañía y que se han puesto en marcha son los siguientes:

| 2021  | 2022   | 2023  | 2025  | 2027   |
|---|--|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• 30% algodón programa BCI.</li> <li>• 10% algodón orgánico o reciclado.</li> <li>• 10% poliéster reciclado.</li> <li>• 100% de compradores y diseñadores formados en Ecodiseño para la reciclabilidad.</li> <li>• 100% de compradores y diseñadores formados en eco-diseño del <i>packaging</i>.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% algodón programa BCI.</li> <li>• 25% algodón orgánico o reciclado.</li> <li>• 30% poliéster reciclado.</li> <li>• 10% lana reciclada.</li> <li>• 10% viscosa certificada.</li> <li>• 15% tejanos tecnología ahorro agua.</li> <li>• Aumentar 10% monomateriales.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 50% algodón programa BCI.</li> <li>• 30% algodón orgánico o reciclado.</li> <li>• 40% poliéster reciclado.</li> <li>• 15% lana reciclada.</li> <li>• 20% viscosa certificada.</li> <li>• 30% tejanos tecnología ahorro agua.</li> <li>• Aumentar 15% monomateriales.</li> <li>• 100% atributos sostenibles.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 50% algodón orgánico o reciclado.</li> <li>• 75% poliéster reciclado.</li> <li>• 20% lana reciclada.</li> <li>• 30% viscosa certificada.</li> <li>• 50% tejanos tecnología ahorro agua.</li> <li>• Aumentar 20% monomateriales.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 75% algodón orgánico o reciclado.</li> <li>• 100% poliéster reciclado.</li> <li>• 30% lana reciclada.</li> <li>• 75% viscosa certificada.</li> <li>• 75% tejanos tecnología ahorro agua.</li> <li>• Aumentar 30% monomateriales.</li> </ul> |

**ANUALMENTE**  
Aumento mínimo del 5% de referencias sostenibles.

**A PARTIR DE 2021**  
Un 20% de la actividad promocional incluye productos sostenibles.

Además, durante el ejercicio hemos trabajado en varias líneas para transformar el ciclo de vida de los productos y servicios con el fin de identificar otros usos y evolucionar de un modelo de negocio lineal a uno circular:



## NUESTRA OFERTA SOSTENIBLE

La producción de nuestras marcas propias se guía por rigurosos estándares de sostenibilidad que favorecen el desarrollo de las comunidades en las que operamos y aportan un valor añadido para el cliente. Disponemos de un total de 107.044 referencias que cuentan con uno o varios atributos de sostenibilidad, un 11,6% más que el año anterior (95.945 en 2019). Además, algunas de nuestras referencias de productos cuentan con más de un atributo de sostenibilidad asociados.

| Atributos de sostenibilidad  | 2020           | s/ Total      | Variación respecto 2019 |
|------------------------------|----------------|---------------|-------------------------|
| Nº atributos marca propia    | 62.753         | 56,0%         | +24,0%                  |
| Nº atributos marca ajena     | 49.289         | 44,0%         | -1,1%                   |
| <b>Nº total de atributos</b> | <b>112.042</b> | <b>100,0%</b> | <b>+11,5%</b>           |

### Top 10 Atributos de Sostenibilidad

| Atributo   | Nº Atributos | Programa                        |
|--|--------------|---------------------------------|
| Better Cotton Initiative (BCI)                                       | 37.921       | Origen Sostenible               |
| Certif. Oeko-tex Standard 100  | 21.108       | Diseño y Fabricación Sostenible |
| Certif. Organic Content Standard (OCS)                               | 9.181        | Origen Sostenible               |
| Certif. Forest Stewardship Council (FSC)                             | 7.544        | Origen Sostenible               |
| Certif. Global Organic Textile Standard (GOTS)                       | 4.581        | Origen Sostenible               |
| Etiqueta Hecho en España - Moda España                               | 4.442        | Compra Local                    |
| Certif. Producción Ecológica   | 3.212        | Origen Sostenible               |
| Calific. energética A+ o superior <sup>4</sup>                       | 3.069        | Diseño y Fabricación Sostenible |
| Certif. Programme for the Endorsement of Forest Certification (PEFC) | 2.997        | Origen Sostenible               |
| PET Reciclado  | 2.585        | Cerrando el Círculo             |

<sup>4</sup> De acuerdo al nuevo etiquetado de calificación energética de electrodomésticos, que ha entrado en vigor el 1 de marzo de 2021, la calificación energética a partir de la cual consideramos atributo de sostenibilidad es a partir de la calificación B.



La oferta sostenible está presente en todos los ámbitos de nuestro surtido y, a lo largo del ejercicio, hemos incrementado este tipo de atributos presentes en nuestros productos.

| ÁREA            | ACCIONES DESTACADAS  |
|-----------------|--|
| Gran Consumo    | Certificación con etiqueta ECOLABEL del papel higiénico de nuestra marca propia; toda la celulosa de marca propia está ya certificada FSC o PEFC.  |
|                 | Las botellas de Aceite de Oliva Virgen Extra 1 litro tienen un 51% de material rPET (fabricado en su totalidad con materiales reciclados posteriores al consumo).  |
|                 | Lanzamiento de tres referencias de embutidos con certificado de Bienestar Animal "Welfare", que se suman a otras referencias de charcutería que cuentan con este sello.  |
|                 | Trabajamos con ganaderías locales y productos con Indicación Geográfica Protegida.   |
|                 | Desde 2011 disponemos de una Política de pesca sostenible con el objetivo de contribuir a mejorar la vida marina y el futuro de los océanos. Disponemos de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 20 productos de marca propia con certificado MSC (Marine Stewardship Council) que mide el impacto sobre las poblaciones salvajes de peces y sus ecosistemas.</li> <li>• Productos certificados bajo el sello ASC (Aquaculture Stewardship Council) que garantizan un proceso de acuicultura responsable.</li> <li>• Definición de un modelo de compra local para la gestión y abastecimiento en los establecimientos próximos a la costa, a través de plataformas locales, con compras en lonja, acuerdos con cofradías.</li> </ul> |
|                 | Contamos con operadores locales de panadería y pastelería que suministran los principales productos de la zona.  |
|                 | En Portugal, el papel de regalo de marca propia está certificado por FSC o PEFC, y en el área de frutería se han incrementado las bandejas de embalaje hechas de materiales compostables.  |
| Moda            | Aumento de algodón perteneciente al programa Better Cotton Initiative (BCI) en la composición de nuestras prendas, así como de algodón orgánico.   |
|                 | Desarrollo y potenciación de productos compuestos de materiales reciclados (nylon, poliéster, cashmere).   |
|                 | Incremento del surtido de producción local.  |
|                 | Sustitución de plásticos en el <i>packaging</i> por materiales sostenibles como el cartón con certificado FSC y el plástico biodegradable.   |
| Hogar           | Aumento de algodón perteneciente al programa Better Cotton Initiative (BCI).   |
|                 | Potenciación del origen responsable tanto de muebles como de textil, gracias a certificados como GOTS, FSC o PEFC que verifican que se han implementado procesos que minimizan el impacto ambiental y mejoran la trazabilidad.   |
| Entretenimiento | Crecimiento de referencias sostenibles certificadas (FSC) con materiales textiles sostenibles en casi todas las categorías de juguetería.  |
|                 | Impulso de la Economía Circular en electrónica mediante la introducción de nuevas referencias compuestas en un 30% de fibra de trigo y un 60% de TPU (poliuretanos termoplásticos).  |





Nuestros empleados han prestado servicio en los meses más duros de la pandemia atendiendo a los clientes o preparando pedidos.

**80.814**  
empleados en  
el Grupo

**94,5%**  
empleados con  
contrato indefinido

**71,4%**  
empleados a  
jornada completa

**16,6**  
años de antigüedad  
media de la plantilla

**6,9M**  
de € en seguridad  
y salud frente al  
Covid-19

**14,3M**  
de € en formación

## Nuestro Equipo<sup>5</sup>

Los empleados son el motor de nuestro negocio; su esfuerzo ejemplar y su firme compromiso con el cliente y con la sociedad han sido clave para afrontar este año.

Los empleados son el motor de nuestro negocio. Un equipo humano que avanza en la misma dirección para impulsar el crecimiento de un negocio responsable, digital y diverso. Contamos con un grupo multidisciplinar de profesionales especializados en cada una de nuestras líneas de actividad, con el fin de garantizar a nuestros clientes el mejor servicio. El trabajo en equipo, la formación, la inclusión, la diversidad e igualdad de oportunidades para todos los empleados son algunas de nuestras señas de identidad.

#### Asuntos materiales vinculados

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

Nota: El evolutivo durante tres ejercicios de los datos de este capítulo se detallan al final del documento, en el Anexo I (páginas 212-220).

<sup>5</sup> La información proporcionada en este capítulo corresponde a los empleados de empresas del Grupo en España y El Corte Inglés-Grandes Armazéns (ECIGA), salvo los datos de estructura de plantilla que cubre la totalidad de empleados del Grupo.

### NUESTRO EQUIPO EN 2020

El Corte Inglés mantiene un estrecho vínculo con todos sus empleados. Cuidamos de nuestra plantilla y nos adaptamos constantemente a las nuevas necesidades que van surgiendo. El impacto de la pandemia del Covid-19 ha puesto de manifiesto el firme compromiso de nuestros empleados con la sociedad en general. Así, han mantenido su apoyo en los meses más duros de la pandemia, prestando servicio en los establecimientos abiertos, preparando pedidos o atendiendo a los clientes a través de los distintos canales.

Hemos adoptado las recomendaciones de las Autoridades Sanitarias, poniendo a disposición de toda la plantilla nuevos protocolos. También, se ha fomentado el trabajo en remoto para los puestos que así lo permitían. Todo ello con el firme propósito de garantizar la salud y la seguridad de todos los empleados.

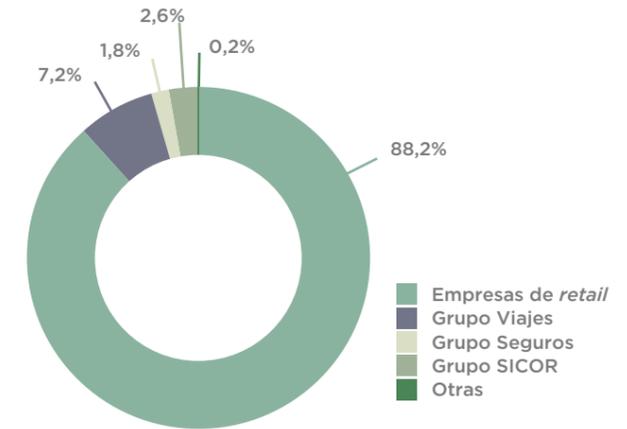
El Grupo El Corte Inglés contaba a 28 de febrero de 2021 con una plantilla de 80.814 personas (85.243 en 2019); esta diferencia se debe principalmente a jubilaciones, bajas voluntarias y rescisiones de contratos. A nuestra plantilla hay que añadir otros 18.170 empleados externos que trabajan en nuestros centros comerciales, tanto en la actividad comercial como de servicios.

La variedad de nuestras líneas de actividad exige contar con una amplia variedad de perfiles, cada uno de ellos experto en su área profesional, lo que nos permite atender todo tipo de necesidades. De esta forma, nuestros equipos están formados por personas de distintas generaciones que intercambian conocimientos y aportan valor a la compañía; así, la edad media de nuestra plantilla es de 44,1 años, lo que demuestra también nuestra capacidad de retención del talento. En cuanto a sexos, predomina el número de mujeres dentro del Grupo, que representan un 63,9% de la plantilla, frente al 36,1% de hombres. Y, atendiendo a la distribución geográfica, un 93,9% trabaja en España, un 3,9% en Portugal, un 1,2% en México y un 1% está presente en otros 20 países de todo el mundo.

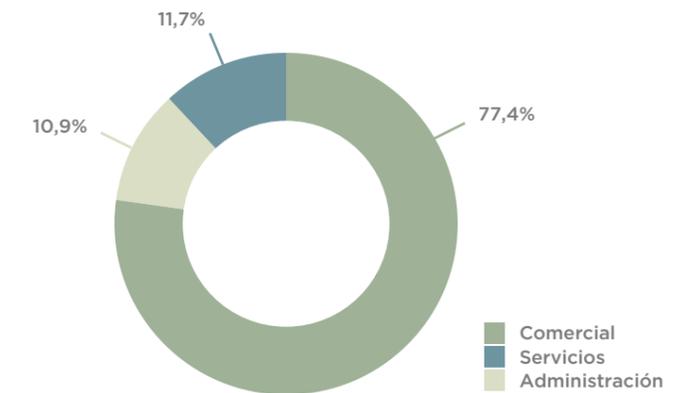


Nuestro equipo diseña y prepara los escaparates que posteriormente se implantarán en nuestras tiendas.

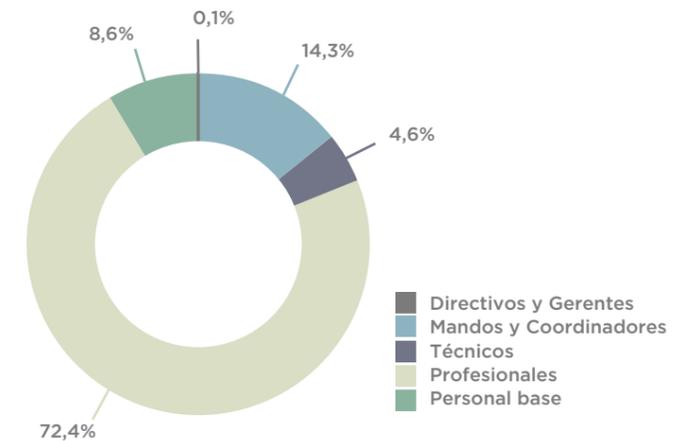
### Nuestro equipo por líneas de negocio



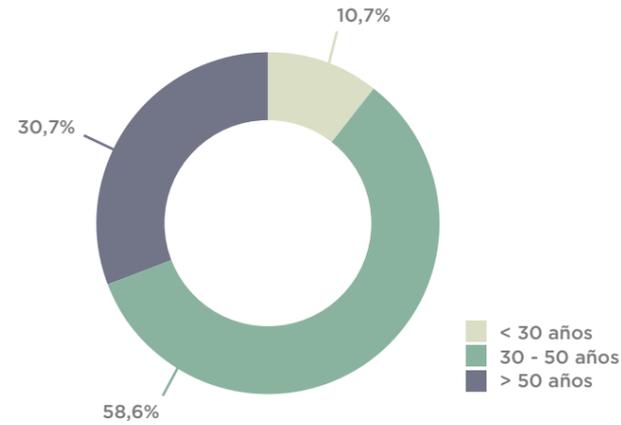
### Nuestro equipo por colectivos



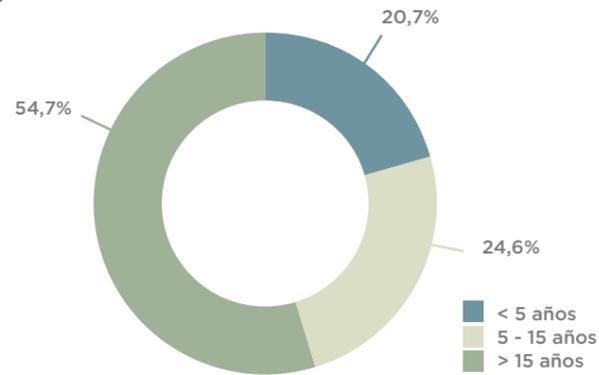
### Nuestro equipo por grupos profesionales



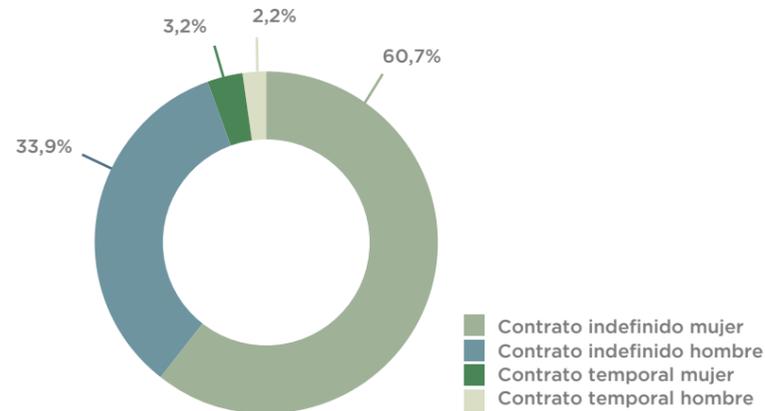
**Nuestro equipo por intervalos de edad**



**Nuestro equipo por intervalos de antigüedad**



**Distribución de la plantilla por tipos de contrato y sexo**



Durante el ejercicio, en línea con los anteriores, han seguido predominando los contratos fijos (94,5%) frente a los temporales (5,5%). El detalle de la distribución de los empleados a cierre del ejercicio por tipo de contrato y jornada se muestra en el Anexo I de este informe (páginas 214-216).

Por otro lado, el promedio anual de contratos a lo largo de 2020 ha sido de 81.702 (86.761 en 2019), de los cuales el 93,4% (89,7% en 2019) corresponden a contratos indefinidos.

En marzo de 2020, nos vimos obligados a cerrar temporalmente nuestros establecimientos, a excepción de las áreas de alimentación y productos de primera necesidad, por las restricciones implantadas para hacer frente a la pandemia. Por primera vez en su historia, El Corte Inglés presentó, ante el Ministerio de Trabajo y Economía Social un Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) acogidos a las medidas habilitadas por el Gobierno y recogidas en el Real Decreto 463/2020, del 14 de marzo de 2020, en el que se declaraba el estado de alarma. La compañía, que adoptaba esta medida por causa de fuerza mayor, complementó hasta junio las aportaciones realizadas por el Estado hasta cubrir la totalidad del salario de los empleados. A lo largo del ejercicio se han ido sucediendo otros ERTE en línea con las medidas y restricciones decretadas por las comunidades autónomas.

En total, 38.792 personas del Grupo El Corte Inglés se han visto afectadas por la suspensión de los contratos de trabajo, de los cuales, el 81% del total se corresponden al primer ERTE, decretado en marzo de 2020.

Aunque este informe se refiere al ejercicio 2020 (cerrado el 28 de febrero de 2021), a principios del nuevo ejercicio, El Corte Inglés firmó un acuerdo con la unanimidad de los sindicatos representados (CCOO, Fasga, Fetico y UGT) para poner en marcha un plan de reorganización de la plantilla de adhesión voluntaria.

## ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DEL TALENTO

Una parte fundamental del éxito empresarial del Grupo El Corte Inglés se basa en el talento de sus equipos especializados. Llevamos a cabo diversas iniciativas para atraer y retener el talento, con el fin de descubrir nuevos profesionales que deseen integrarse en nuestro equipo.

Nuestra meta es identificar personas que quieran comprometerse con los valores de El Corte Inglés. Para ello, llevamos a cabo procesos basados en criterios de selección responsable, transparente y objetivos que se dividen en tres ejes fundamentales de actuación: sostenibilidad, diversidad e igualdad.

Además, el impulso de la omnicanalidad y el desarrollo de los canales de venta *online* han llevado a crear nuevos puestos que requieren perfiles especializados en todos los ámbitos de nuestros negocios. Esto ha supuesto la actualización de la oferta laboral y la adecuación de la misma en el Portal de Empleo, con la creación de pruebas técnicas para valorar las competencias de los posibles candidatos.

En este sentido, el Portal de Empleo ha continuado creciendo hasta alcanzar 1.300.000 usuarios, y se ha posicionado como nuestra principal fuente de reclutamiento de nuevos empleados.

Las circunstancias excepcionales de este año nos han llevado a adaptar los procesos de selección a través de nuevos procedimientos, metodologías de trabajo y herramientas digitales. Ha crecido la modalidad de videoentrevistas, más adecuadas a las nuevas necesidades y a los perfiles actuales, en sustitución de las presenciales.

Asimismo, se han realizado procesos de selección interna destinados a cubrir nuevos puestos y vacantes, en línea con la apuesta permanente del Grupo El Corte Inglés por el talento interno y por el crecimiento y desarrollo de sus profesionales. Además, este año se ha trabajado para reubicar a empleados afectados por ajustes organizativos y por la transformación de algunas líneas de actividad del Grupo.

A lo largo del ejercicio 2020 se han incorporado 791 personas con contrato indefinido, siendo el 46,7% menores de 30 años. La tasa de nuevas contrataciones en la plantilla fija sobre el total ha sido del 1% en el ejercicio 2020, frente al 1,2% de 2019, ya que se han realizado menos contrataciones indefinidas frente al ejercicio anterior (1.024 personas en 2019). Además, más de 3.850 personas se incorporaron con contrato temporal causando baja en el mismo ejercicio, la mayor parte desempeñaron sus funciones en las áreas de alimentación de El Corte Inglés y Supercor y en otros servicios de venta del Grupo.

El número de empleados con contrato indefinido que han causado baja voluntaria ha descendido (559 empleados frente a 1.150 en 2019), lo que se traduce en una tasa del 0,7% en la rotación de la plantilla fija respecto al total de empleados (1,3% en 2019). Asimismo, se produjeron 602 bajas no voluntarias frente a las 1.304 del ejercicio 2019.

Por otro lado, nos sentimos orgullosos de contar con un equipo comprometido con la compañía desde hace años, una vinculación que reconocemos con la entrega de emblemas a las personas que cumplen 25 y 15 años en la empresa, y que en el 2020 supusieron un 57,3% más que en el ejercicio anterior.

| ORO 25 años | PLATA 15 años | TOTAL 2020   |
|-------------|---------------|--------------|
| 1.784       | 4.455         | <b>6.239</b> |

En El Corte Inglés estamos convencidos de que la primera inmersión en el mundo laboral es un momento clave para el desarrollo de las personas y para poner en práctica la teoría aprendida. Por esta razón, cada año se incorporan a nuestras empresas alumnos en prácticas de distintas universidades, escuelas de negocios y centros educativos, así como de distintas especialidades y niveles académicos. La pandemia obligó a paralizar temporalmente la incorporación de alumnos en prácticas, que se reanudó una vez que se estabilizó la situación. De esta forma, hemos podido ampliar la oferta de prácticas estableciendo nuevos convenios de colaboración con universidades y centros educativos.



## DESARROLLO PROFESIONAL

La formación es un elemento fundamental en la estrategia de la compañía, ya que representa uno de los pilares básicos para el desarrollo profesional del equipo y nos otorga un valor diferencial como empresa. Entre nuestras prioridades se encuentran la mejora continua de sus habilidades, la colaboración y el trabajo en equipo.

## FORMACIÓN

Adaptamos la formación a los nuevos roles y capacidades que demanda la sociedad, con metodologías innovadoras que se apoyan en las herramientas digitales. Los planes de formación que despliega el Grupo permiten potenciar el talento de nuestros equipos.

### Principales indicadores 2020

|   |           |
|---|-----------|
| Total de horas de formación impartidas <sup>6</sup>           | 1.160.781 |
| Horas de formación por empleado (sobre total de empleados)    | 12,8      |
| Número de empleados participantes en actividades de formación | 90.851    |
| Inversión en formación (millones de euros)                    | 14,3      |
| Número medio de actividades de formación por empleado         | 9         |

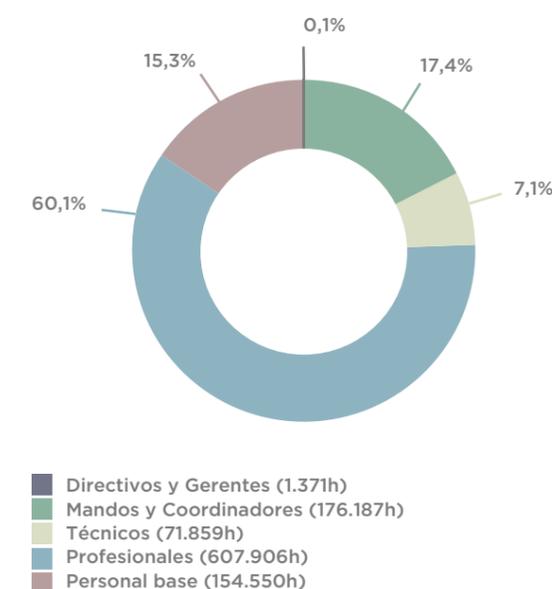
El impacto que ha tenido la pandemia ha exigido la rápida adaptación de muchos de los programas de formación a la modalidad de Aula Virtual. La formación presencial se ha mantenido exclusivamente para impartir cursos de carácter más técnico y de mayor duración que únicamente podían desarrollarse adecuadamente con esta metodología.

El alcance de la formación *online* nos ha permitido llegar a un mayor número de personas (818.823 alumnos en 2020 frente a 582.761 alumnos en 2019), adaptándonos al nuevo contexto. Muchos de los programas se han podido seguir con la máxima flexibilidad, a través de cualquier dispositivo móvil (*smartphone*, *tablet*). Aunque el despliegue de cursos de formación *online* ya estaba en marcha desde ejercicios anteriores, el año 2020 ha sido fundamental para estandarizar el modelo de creación de contenidos para cursos en movilidad.

Las medidas establecidas por la pandemia también han condicionado el número de horas de formación impartidas en 2020 (1.160.781) que disminuyeron frente al ejercicio anterior (1.671.461 horas). Por el mismo motivo y debido a que la modalidad *online* es más económica que la presencial, también ha descendido la inversión en formación (14,3 millones de euros en 2020 frente a 23,1 millones de euros en 2019).

| Áreas   | Acciones formativas | Horas          | Alumnos        | Horas de alumno  |
|---|---------------------|----------------|----------------|------------------|
| Comercial                                       | 3.665               | 25.683         | 29.412         | 152.715          |
| Producto, oficios y PRL                         | 3.666               | 20.624         | 34.617         | 206.418          |
| Procesos administrativos de venta e informática | 709                 | 11.270         | 6.705          | 117.180          |
| Habilidades directivas y de gestión             | 482                 | 6.168          | 5.329          | 45.791           |
| Idiomas   | 933                 | 22.029         | 1.853          | 73.209           |
| Otros   | 244                 | 3.902          | 4.957          | 19.520           |
| TOTAL (Formación presencial)                    | 9.699               | 89.677         | 82.873         | 614.833          |
| Formación Aula Virtual                          | 16.421              | 37.097         | 82.808         | 163.930          |
| Formación <i>online</i>                         | -                   | -              | 653.142        | 382.018          |
| <b>TOTAL</b>                                    | <b>26.120</b>       | <b>126.774</b> | <b>818.823</b> | <b>1.160.781</b> |

### Distribución de horas de formación por categoría profesional



En línea con nuestra política de mejora continua, estudiamos las nuevas necesidades de formación que demandan tanto el negocio, como el perfil de nuestros profesionales, con el fin de adaptar los programas a las nuevas realidades sociales y empresariales. Por ello, los planes de formación están en constante revisión, donde priman la innovación y la calidad de los contenidos que se plantean.

<sup>6</sup> Del total de horas de formación impartidas en el ejercicio 2020, 148.907 horas de formación corresponden a personal no contratado en el momento de la formación (12.839 personas).

## Programas destacados de formación

|  |   |
|--|---|
| Nueva oferta formativa para asegurar el conocimiento de las medidas sanitarias implantadas con motivo del Covid-19.  | Cursos como: "Actividad Segura en Centros Comerciales", "Medidas Preventivas Covid-19", "Covid-19. Plan General de Limpieza y Desinfección".<br>Más de 62.000 horas de formación.   |
| Formación a empleados de las oficinas centrales que dieron apoyo en las áreas de venta telefónica y venta <i>online</i> en periodos de alta demanda de pedidos.              | Formación virtual y presencial.<br>Programas enfocados a la atención al cliente, captura de pedidos, postventa, GEPER y Mercancía General.<br>Casi 89.000 horas de actividad.   |
| Formación a los equipos comerciales para integrar la venta <i>online</i> con la venta presencial y la capacitación en el conocimiento del producto y tendencias del mercado. | 26.690 empleados formados en omnicanalidad.<br>Más de 51.000 asistentes a cursos dedicados a conocimiento de producto, gracias a la puesta en marcha del segundo Aula Virtual en los centros comerciales, que ha permitido aumentar considerablemente el número de acciones formativas. |
| Programas de habilidades directivas.   | 5.329 alumnos.<br>Destacan los cursos de "Análisis de Competencias Profesionales" y "Evaluación del Desempeño".   |
| Formación en RSC.  | 49.096 empleados formados.  |

Otro aspecto destacado es la formación en metodología LEAN, para la optimización de procesos, que ha recibido la plantilla de las plataformas logísticas para el desarrollo de proyectos transversales relacionados con la recepción, almacenaje y distribución de mercancía y la formación impartida para la puesta en marcha de la *Dark Store* de Alcalá de Henares, en la que se preparó a todo el personal para el uso de herramientas y procedimientos necesarios para el desempeño de su actividad.

Además de la formación continua, los empleados tienen la posibilidad de realizar estudios universitarios a través de nuestro Centro de Estudios Universitarios Ramón Areces. En el ejercicio 2020, 1.316 empleados accedieron a esta formación, un 35% más que en el ejercicio anterior.

| Universidad                   | Titulaciones                                    | Nº de alumnos 2020 |
|-------------------------------|---|--------------------|
| UNED                          | Acceso a la universidad para mayores de 25 años | 248                |
|                               | Grado en Derecho                                | 214                |
|                               | Grado en Administración y Dirección de Empresas | 310                |
|                               | Grado en Psicología                             | 481                |
|                               | Grado en Ingeniería Informática                 | 7                  |
|                               | Máster en Data Science y Big Data               | 29                 |
| Universidad Alcalá de Henares | Máster en Ciberseguridad                        | 27                 |
| <b>TOTAL</b>                  |   | <b>1.316</b>       |

Otra de las novedades en formación ha sido la puesta en marcha del primer Máster *online* en Ciberseguridad, impartido por el Centro de Estudios Universitarios Ramón Areces en colaboración con la Universidad Alcalá de Henares.

## EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

La evaluación del desempeño es un instrumento fundamental para el desarrollo de nuestros equipos, que repercute positivamente en las personas y en la compañía. De esta forma, el Grupo puede tomar decisiones organizativas de jornadas, funciones, planes de carrera y otras medidas. Por otro lado, estas valoraciones permiten estimular la motivación de los empleados y ayudarles a conocer sus áreas de mejora para desarrollar sus capacidades.

Las nuevas herramientas de trabajo implementadas permitieron que la mayoría de las evaluaciones de este ejercicio se realizaran de forma telemática. Los empleados sujetos a estas valoraciones son aquellos que cuentan con una antigüedad mínima en el Grupo de 6 meses, al considerarse el tiempo mínimo para enriquecer este procedimiento. En 2020, fueron 61.232 los trabajadores evaluados a través de estas herramientas, lo que supone un 83% del total de empleados objeto de valoración.

## PLANES DE CARRERA Y PROMOCIONES

Impulsamos planes de carrera dirigidos a nuestros empleados con el fin de darles la oportunidad de desarrollar su carrera profesional dentro del Grupo. Para ello, tenemos procesos internos que nos permiten identificar perfiles idóneos para puestos de mayor responsabilidad.

La antigüedad media de la plantilla confirma este hecho (16,6 años de antigüedad) y, en ese sentido, el 54,7% de las personas lleva más de 15 años trabajando con nosotros. Asimismo, durante el ejercicio, 1.563 empleados fueron promocionados en sus respectivos puestos de trabajo, siendo el 66% mujeres y el 34% hombres.

## LAS MEJORES PRÁCTICAS LABORALES

### ORGANIZACIÓN DEL TIEMPO DE TRABAJO

La situación originada por el Covid-19 también ha impactado en la organización del tiempo de trabajo y ha demandado una rápida respuesta por parte de las compañías. El Grupo El Corte Inglés puso en marcha nuevas herramientas de trabajo tanto para los empleados de los establecimientos como para los de oficinas, en concreto, estos últimos han podido desempeñar sus funciones desde sus domicilios.

Además, durante los meses de confinamiento muchos de nuestros profesionales realizaron de forma voluntaria funciones distintas a las habituales para prestar apoyo en las áreas del negocio que más lo necesitaban en ese momento.

La situación excepcional que vivimos durante el año y la necesidad de adaptarnos a las nuevas demandas de la sociedad, nos llevó a negociar con la representación legal de los sindicatos un sistema de movilidad funcional para los empleados. Esto posibilita la asignación de otras funciones diferentes de las habituales atendiendo a una serie de requisitos. Esta medida surge para cubrir los sectores de actividad más demandados desde el comienzo de la pandemia, entre ellos, los relacionados con la alimentación y el comercio electrónico. La aplicación de esta fórmula de flexibilidad interna permitió la incorporación de trabajadores sujetos a un ERTE y dio lugar a nuevas formas de trabajo.

La totalidad 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 97,8% de la plantilla total del Grupo), el mismo porcentaje que en el ejercicio anterior. Además, en el resto de los países en los que operamos, cumplimos con las obligaciones legales de cada territorio, aunque no tengamos obligación de acogerse a convenios colectivos.

Ya en el ejercicio 2021, el 24 de marzo, se ha aprobado el nuevo Convenio Colectivo de ANGED (Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución) con vigencia hasta diciembre de 2022. El Convenio Colectivo tiene como uno de sus ejes fundamentales integrar la nueva realidad comercial de la era post-Covid y su repercusión en las fórmulas de distribución de jornada, de manera que potencien la competitividad de las empresas en el nuevo entorno digital. Entre otros temas, contempla las medidas que afectan al teletrabajo y la desconexión laboral. Además, están pendientes de renovación los convenios de Supercor, Viajes El Corte Inglés y Seguros El Corte Inglés.

Los convenios colectivos establecen, entre otras medidas, el promedio de horas anuales de trabajo y los parámetros para su distribución, teniendo en cuenta factores como el tipo de empresa, la estacionalidad o los periodos de mayor y menor actividad. Gracias a 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.

### DIÁLOGO SOCIAL

Mantenemos un diálogo activo y constante con el Comité Intercentros y con las distintas organizaciones sindicales que representan a los empleados en el Grupo. Con ellos, se negocian los planes y medidas que afectan a la plantilla, más allá de los respectivos convenios colectivos.

En mayo de 2020, se constituyó la Comisión Sindical prevista en el Convenio Colectivo de ANGED, integrada por las cuatro organizaciones sindicales mayoritarias firmantes del mismo: CCOO, Fasga, Fetico y UGT. Esta comisión se formó para dar respuesta al impacto que el Covid-19 ha tenido sobre el empleo. Este órgano sirve de cauce de diálogo permanente para la adaptación ágil y flexible a los diferentes escenarios provocados por la evolución de la pandemia y afrontarlos en el ámbito de las relaciones laborales en la compañía con la mayor transparencia y alto grado de consenso.

Asimismo, en el Grupo se garantiza plena libertad de asociación y el derecho de afiliación a cualquier sindicato, así como se respeta la no discriminación por pertenencia a uno u otro grupo sindical.

### COMUNICACIÓN INTERNA EN EL CORTE INGLÉS

Los empleados son el motor de nuestro negocio y, por ello, conocer y satisfacer sus necesidades es una de nuestras prioridades. Gracias a las distintas herramientas y canales internos hacemos posible una comunicación cercana y transversal.

NEXO, en su versión portal y *app*, es nuestro principal canal de comunicación interna que, a cierre del ejercicio, alcanzaba al 97,2% de la plantilla del Grupo El Corte Inglés. Gracias a él, ganamos en agilidad e inmediatez, conectamos a todos los empleados y alineamos los mensajes y la estrategia del negocio.

NEXO forma parte de la estrategia de digitalización e innovación del Grupo. Con la llegada del Covid-19 y la necesidad

del trabajo a distancia, potenciamos los contenidos relacionados con el uso de herramientas digitales y colaborativas y con la seguridad de la información.

### Principales cifras de NEXO

|                 |             |
|-----------------|-------------|
| Usuarios únicos | 81.264      |
| Páginas vistas  | 168.197.123 |

A través de nuestra sección “Habla con ECI” hemos reforzado la comunicación bidireccional. Se trata de un espacio dentro de NEXO, portal y *app*, en el que atendemos incidencias y dudas, y recibimos sugerencias de nuestros empleados. En 2020, se han registrado más de 4.600 comentarios y opiniones de los profesionales del Grupo El Corte Inglés.

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

En abril de 2020 se puso en marcha AEO (Apoyar, Escuchar, Orientar) para El Corte Inglés y Supercor, un programa pionero en el ámbito de la gestión de recursos humanos. Un equipo multidisciplinar formado por médicos, psicólogos y otros profesionales de la compañía, ofreció asesoramiento telefónico a los trabajadores que demandaban apoyo sanitario, psicológico, preventivo o de resolución de dudas laborales, con el fin de ofrecer una respuesta coordinada a la situación de incertidumbre generada por la pandemia. Durante los aproximadamente tres meses de duración del programa se atendieron un total de 1.500 consultas, logrando un alto grado de satisfacción entre los usuarios tal y como demuestran las encuestas elaboradas.

Asimismo, se realizan encuestas de clima laboral a los empleados de los centros El Corte Inglés para conocer su situación e identificar potenciales mejoras. Los aspectos evaluados fueron sobre las jornadas laborales y de conciliación, demandas emocionales y cognitivas, carga de trabajo, compensación, relación con compañeros y responsables, entre otros aspectos. En la última encuesta realizada el grado de satisfacción alcanzado fue de un 3,36 sobre 5.



NEXO es el principal canal de comunicación interna del Grupo El Corte Inglés.

## MODELO DE RETRIBUCIÓN

Nuestro sistema de remuneración está basado en un concepto de compensación total. El Grupo El Corte Inglés dispone de una política salarial basada en el desarrollo profesional, motivación, equidad interna y externa, igualdad y no discriminación. La estructura retributiva sigue los parámetros acordados en el ámbito de la negociación colectiva en cuanto a la retribución fija y, con respecto a la variable, aplicamos fórmulas a corto, medio y largo plazo vinculadas a la obtención de objetivos individuales y globales.

Nuestros empleados reciben un salario inicial superior al mínimo legal establecido, siendo éste de media entre las empresas del Grupo un 8,3% superior. Además, durante el primer periodo de ERTE (marzo a junio de 2020), establecido por causa de fuerza mayor, se complementó la prestación por desempleo hasta igualar la retribución fija de las personas afectadas, incluyendo pagas extraordinarias. En Portugal, durante los meses de abril, mayo y junio de 2020, El Corte Inglés-Grandes Armazéns aseguró el 100% del salario de sus empleados acogidos a ERTE, a pesar de que la ley preveía una reducción de hasta el 33%.

Por otra parte, contamos con el Plan+, un Sistema de Retribución Flexible, que ofrece la posibilidad de sustituir parte de la retribución bruta anual por retribución en especie, accediendo a determinadas ventajas fiscales contempladas en la legislación vigente, gracias a productos como tarjetas para restaurante, guardería, transporte y seguros médicos.

La igualdad es una parte fundamental de nuestro compromiso con nuestros profesionales. El Grupo toma la brecha salarial como indicador de la remuneración de los empleados para así poder analizar las diferencias salariales por sexo que pueda haber en la plantilla. El cálculo<sup>7</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.

### Brecha salarial total ponderada<sup>8</sup>

| 2020 | 2019 | 2018 |
|------|------|------|
| 9,1% | 7,9% | 7,9% |

Existe una equidad salarial, las diferencias salariales se deben a aspectos como la antigüedad que condiciona la estructura por sexo en cada grupo profesional.

Durante 2020, la remuneración media global del Grupo, incluyendo tanto fija como variable, ascendía a 23.368 euros brutos anuales.

<sup>7</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>8</sup> Las cifras de años anteriores se han recalculado tras salir IECISA del perímetro de consolidación, con el fin de establecer un comparativo con el ejercicio 2020.

## OTROS BENEFICIOS SOCIALES

Nuestros empleados también pueden disfrutar de otros beneficios sociales como 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.

- **Grupo El Corte Inglés:** A través de la Comisión Mixta de las fundaciones César Rodríguez y Ramón Areces, ofrece ayudas al estudio para hijos de empleados, tanto de bachillerato como de formación profesional, estudios universitarios y de posgrado. En este ejercicio se han concedido 3.954 ayudas, por importe de 3,9 millones de euros. También hay que añadir las 771 ayudas a empleados con hijos que sufren algún tipo de discapacidad, por importe de 387.875 euros. Con motivo de la pandemia, en 2020, la compañía ha ofrecido fórmulas de financiación con el fin de paliar la situación de empleados sujetos a ERTE.
- **Grupo Seguros:** destaca el Plan de Previsión Asegurado, financiado 100% por la compañía y al que se han adherido el 100% de sus trabajadores. Esto se traduce en aportaciones periódicas anuales y la posibilidad de derechos consolidables a los 5 años de antigüedad por fallecimiento, algún tipo de invalidez, enfermedad grave, desempleo, jubilación anticipada y/u ordinaria.



<sup>7</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>8</sup> Las cifras de años anteriores se han recalculado tras salir IECISA del perímetro de consolidación, con el fin de establecer un comparativo con el ejercicio 2020.

## IGUALDAD, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

El Grupo El Corte Inglés promueve una cultura y unos valores corporativos basados en la diversidad de los equipos, con independencia de la edad, género, raza, nacionalidad, estado civil, discapacidad, orientación sexual, cultura, religión u orientación política. Asimismo, damos prioridad a la igualdad de oportunidades para todos.

En octubre de 2020, el Consejo de Administración aprobó la Política de Igualdad y Diversidad del Grupo El Corte Inglés. Muchas de estas medidas que ya se habían puesto en marcha desde hacía tiempo, han ido adquiriendo un protagonismo mayor. El cumplimiento de las políticas de igualdad y diversidad vigentes son fundamentales a la hora de llevar a cabo los procesos de selección.

En este sentido, a cierre del ejercicio contábamos con 1.223 empleados con algún tipo de discapacidad. Además, se ha mantenido el compromiso con 42 Centros Especiales de Empleo (52 en 2019). Concretamente Viajes El Corte Inglés ha continuado la colaboración con los Centros Especiales de Empleo Interlabora y Coolaboro, así como con ILUNION Hoteles en España. En Colombia, además, cooperamos con entidades que facilitan a las empresas la contratación de población activa en estado de vulnerabilidad, permitiendo la realización de prácticas laborales.

A lo largo del ejercicio, 4.925 empleados se formaron en cursos específicos de diversidad e igualdad, que se suman a las más de 100.000 personas que ya han realizado este tipo de formación desde su lanzamiento en 2016.

Desde El Corte Inglés colaboramos con distintas asociaciones como muestra de nuestro compromiso con la diversidad y la inclusión:

|   |  |
|---|--|
| <b>Cruz Roja</b>  | Organización e impartición de talleres de empleabilidad para mujeres víctimas de violencia de género.<br>Participación en un programa de formación para puestos de Atención al Cliente dirigido a personas en riesgo de exclusión en Navarra.  |
| <b>Fundación ONCE</b>   | Firma del Convenio Marco con Fundación ONCE en materia de empleo y formación para personas con discapacidad.<br>Participación en varias jornadas sobre diversidad.<br>Participación en Consejos Asesores Territoriales para establecer planes de acción conjuntos.<br>Participación en el proyecto "Por Talento Digital" para la formación en habilidades digitales a personas con capacidades diferentes. |
| <b>Inserta</b>  | Promueve, a través del Convenio Inserta, el empleo directo, indirecto, la formación y la mejora de las condiciones de vida de personas con discapacidad.   |
| <b>ILUNION</b>  | Asesoramiento en accesibilidad física y web.<br>Acompañamiento en la solicitud del certificado Bequal.   |
| <b>Fundación Integra</b>  | Campaña de sensibilización sobre la lucha contra la violencia de género dirigida a toda la plantilla del Grupo a través de canales internos de comunicación.<br>Nuestros directivos desarrollan actividades formativas, con el objetivo de mejorar la empleabilidad de las mujeres en riesgo de exclusión social.  |
| <b>REDI (Red Empresarial por la Diversidad e Inclusión LGBTI)</b> | Actividades formativas y de sensibilización para fomentar un ambiente inclusivo y respetuoso del colectivo LGBTI.<br>Jornada sobre diversidad LGBTI en las empresas organizada por diversas organizaciones, entre las que se encuentran REDI y Mujeres Avenir.   |

|  |   |
|--|---|
| <b>Fundación Trabajando en Positivo</b>                                  | Colaboración en el proyecto "Empresas responsables con el VIH" que promueve la no discriminación y la igualdad de trato asociada a este tema.   |
| <b>CEO por la Diversidad</b>   | Promueve y fomenta la ética empresarial, la innovación, la formación y la Responsabilidad Social Corporativa en el entorno empresarial. También defiende la igualdad de género, la mejora de la empleabilidad y la inclusión laboral de colectivos con dificultades.  |
| <b>Fundación SERES</b>   | Participación en la elaboración del primer Libro Blanco sobre la gestión del talento sénior, promovido por Fundación Adecco. Creado para anticiparse a las consecuencias que el envejecimiento de la población va a tener en el mercado laboral y en la economía.<br>Participación en el decálogo de inteligencia artificial responsable e inclusiva. |
| <b>TGE (Target Gender Equality del Pacto Mundial de Naciones Unidas)</b> | Estamos integrados en esta iniciativa en la que participan más de 300 empresas de 19 países para hacer frente a las barreras del empoderamiento económico de las mujeres y contribuir para alcanzar la meta 5.5 de los ODS, que exige la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo para 2030.         |
| <b>WEP (Women Empowerment Principles)</b>                                | Nos guiamos por los principios para el empoderamiento de la mujer establecidos por ONU Mujeres y por el Pacto Global de Naciones Unidas, que orientan a las empresas sobre cómo promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el lugar de trabajo y en la sociedad.  |
| <b>Instituto Aragonés de la Mujer</b>                                    | Firma de un acuerdo de colaboración para realizar acciones de apoyo socio-laboral a mujeres víctimas de violencia de género.  |
| <b>Fundación Diagrama</b>  | Acuerdo de colaboración, a través de la Red Nodus, para poner en marcha actividades formativas para la inserción sociolaboral de jóvenes atendidos en los programas que gestiona la fundación en Castellón.   |

La diversidad en El Corte Inglés abarca distintos ámbitos para los que hemos desarrollado varias líneas de actuación:

- **Diversidad cultural.** Contamos en nuestra plantilla con más de 2.194 personas de nacionalidad distinta a la española. El continente europeo y el americano aportan el 89% de estos empleados. El 98% de la plantilla de los establecimientos y oficinas del Grupo ubicados fuera de España son profesionales locales, con el fin de reforzar nuestro compromiso con el desarrollo local.
- **Diversidad generacional.** Impulsamos distintas iniciativas para favorecer el entendimiento de las distintas generaciones que conviven en el Grupo, con el fin de retener el talento, motivar y reflejar el valor que aportan nuestros empleados según su ciclo vital.
- **Diversidad LGBTI.** Estamos adheridos a REDI 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. Además, participamos en la elaboración de la “Guía LGBT+ Inclusión de la diversidad sexual y de identidad de género en empresas y organizaciones” del Proyecto europeo ADIM.

En Portugal, El Corte Inglés-Grandes Armazéns ha continuado la labor de sensibilización sobre diversidad e inclusión en el ámbito del empleo. Uno de los proyectos destacados de este año es SuperStar, un programa que tiene como objetivo capacitar a personas en situaciones de vulnerabilidad para trabajar en distintas áreas del supermercado, a través de un proceso de rotación por las diferentes secciones.

## IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

El Grupo El Corte Inglés busca mantener relaciones de confianza con sus empleados y salvaguardar derechos fundamentales como la igualdad de oportunidades.

Contamos con un Grupo de Igualdad Corporativo, que está constituido por representantes de los diferentes Planes de Igualdad de cada una de las empresas del Grupo. Estas últimas, a su vez, cuentan con comisiones de seguimiento que realizan evaluaciones anuales de los planes de igualdad, para analizar su evolución y el cumplimiento de los objetivos establecidos. El Grupo de Igualdad Corporativo se reúne trimestralmente para realizar un seguimiento y poner en común diferentes propuestas y actividades.

Por su parte, El Corte Inglés-Grandes Armazéns ha creado el Comité para la Igualdad y se ha adherido a la Carta de la Diversidad de Portugal.

Nuestro modelo de gestión continúa impulsando el rol profesional de la mujer para contribuir con la igualdad entre hombres y mujeres en nuestros equipos. Este año hemos alcanzado el compromiso asumido en el Plan de Igualdad 2014-2020, que establecía que el 50% de los nuevos puestos de responsabilidad, creados durante su vigencia, fueran ocupados por mujeres.

| Grupo Profesional      | % Mujeres 2020 |
|------------------------|----------------|
| Directivos y Gerentes  | 5,4%           |
| Mandos y Coordinadores | 37,4%          |
| Técnicos               | 62,9%          |
| Profesionales          | 69,9%          |
| Personal base          | 59,3%          |

| Edad             | % Mujeres 2020 |
|------------------|----------------|
| Menos de 30 años | 56,4%          |
| De 30 a 50 años  | 66,7%          |
| Más de 50 años   | 61,2%          |

Todos los planes de igualdad recogen un protocolo de actuación para supuestos de acoso sexual y discriminación por razón de sexo, para asegurar que no se lleva a cabo ningún trato desigual. Además, contamos con una Comisión Instructora de Tratamiento de Situaciones de Acoso que canaliza las posibles denuncias o situaciones de este tipo que puedan plantearse en cualquier empresa del Grupo. Para países como India o Bangladesh contamos con un protocolo de actuación específico en caso de acoso.

Además, en línea con los compromisos establecidos en los planes de igualdad, hemos elaborado un curso virtual sobre corresponsabilidad, que deberán realizar todos los empleados del Grupo con el fin de concienciar sobre la importancia de la responsabilidad compartida.

Las nuevas formas de trabajo que se han establecido con motivo del Covid-19 han planteado importantes desafíos en materia de conciliación laboral y familiar. Por esta razón, se han adoptado medidas adicionales en este ámbito, en colaboración con la Comisión Sindical. Destacan la puesta en marcha de un permiso no retribuido de hasta tres meses de duración por causas de conciliación relacionadas con el Covid-19, sin sujeción a los límites vigentes en el



Clase práctica de hostelería en nuestro centro de Formación de Madrid.

Convenio Colectivo; y la creación de una excedencia especial con reserva de puesto de trabajo con vigencia hasta el 31/12/2021.

Por otro lado, contamos con un plan de reincorporación tras excedencias con el objetivo de garantizar que los profesionales que vuelven a su puesto de trabajo no encuentren trabas y que esto no suponga un obstáculo en su desarrollo profesional. Este plan refuerza nuestro compromiso con las medidas de conciliación y corresponsabilidad.

| Empleados con derecho a baja por paternidad/maternidad                       | Hombres | Mujeres | Total 2020 |
|--|---------|---------|------------|
| Empleados con derecho a la baja de maternidad/paternidad y que lo ejercieron | 89,4%   | 100,0%  | 96,2%      |
| Índice de reincorporación al trabajo   | 97,3%   | 66,3%   | 77,6%      |
| Índice de retención (1 año después)  | 88,3%   | 83,7%   | 85,3%      |

Gracias a herramientas como la formación a empleados, concienciamos a nuestra plantilla sobre diversos aspectos relacionados con los Derechos Humanos, con la diversidad y la igualdad. En total, 4.925 personas han cursado este año formación en estos ámbitos, que se suman a los más de 100.287 empleados que ya la habían realizado desde su lanzamiento en 2016.

## RECONOCIMIENTOS

|   |   |
|---|---|
| <b>Premio Impulso al desarrollo de mujeres con discapacidad de FEDEPE</b> | Premio al compromiso con el empleo de mujeres con discapacidad, el fomento de la igualdad y la diversidad, y los proyectos específicos de sensibilización, en el marco de la colaboración con el Programa y Foro Inserta. |
| <b>Reconocimiento Especial Fundación Integra</b>                          | Reconocimiento al trabajo realizado en cuanto a inserción laboral de personas en exclusión social.  |
| <b>Reconocimiento Empresarial de Plan de Empleo de Cruz Roja Sevilla</b>  | Contribución a la creación de empleo entre las personas más vulnerables.  |
| <b>Distinción del Foro de RRHH</b>  | Por el trabajo realizado y las diferentes iniciativas puestas en marcha durante la actual crisis.   |
| <b>Distintivo de la Fundación Down Zaragoza</b>                           | Los centros de El Corte Inglés en Aragón recibieron el distintivo como empresa integradora de personas con discapacidad intelectual.  |

## UN ENTORNO DE TRABAJO SEGURO Y SALUDABLE

El trabajo seguro y la salud laboral de toda la plantilla siempre han sido prioridades fundamentales para El Corte Inglés, que en este año 2020 han cobrado una mayor importancia con la irrupción del Covid-19. La compañía ha desplegado todas las medidas necesarias para garantizar la salud y seguridad de sus empleados en todos los ámbitos. Así, a lo largo del ejercicio un total de 84.598 personas se formaron en materia de seguridad y salud ocupacional, frente a los 31.981 empleados del ejercicio 2019 (algunas personas realizaron más de una sesión formativa). En 2020, el Grupo ha destinado más de 6,9 millones de euros para proteger la seguridad y salud en todos sus establecimientos y centros de trabajo.

| Principales inversiones en materia de Seguridad y Salud | Importe (€) |
|---|-------------|
| Gasto en formación del personal en materia Covid-19     | 489.000     |
| Pruebas médicas de detección Covid-19 para empleados    | 687.920     |
| Equipos de protección y gel desinfectante               | 3.098.238   |
| Pantallas de separación (material)                      | 881.233     |
| Cartelería y señalización (material)                    | 593.288     |

El Servicio de Prevención Mancomunado del Grupo garantiza la seguridad y salud de todos los empleados, a través de un Sistema de Seguridad y Salud certificado por un externo cada 4 años. En él se incluyen procesos para que los empleados notifiquen los peligros laborales que identifiquen durante el desarrollo de su actividad, a la vez que habilita a los equipos de prevención de riesgos laborales la evaluación de dichos riesgos y la investigación de los incidentes que puedan ocurrir. Estos y otros procesos están regulados en diferentes procedimientos del Sistema de Prevención.

Asimismo, el Grupo cuenta con un Servicio Sanitario propio compuesto por 84 médicos y 148 enfermeros de El Corte Inglés que atienden a los empleados en sus centros de trabajo. Este equipo ya realizaba exámenes médicos y formaban parte del Sistema de Prevención de Vigilancia de la Salud Laboral, que detecta de manera precoz posibles daños provocados por el trabajo para evitar así la asignación de tareas incompatibles con la salud de cada uno. Este año han realizado una intensa labor de prevención y detección del Covid-19.

Para ello, **pusimos en marcha un plan que recoge las medidas preventivas desplegadas** en este ámbito y que se sustenta en cuatro ámbitos:

**1. Seguridad y salud de nuestros empleados.** Hemos puesto en marcha medidas de protección personal tanto para empleados como para personal de empresas colaboradoras, como son el uso de obligatorio de mascarilla, dispensadores de gel desinfectante, mamparas biológicas en los puestos fijos. Entre las iniciativas implementadas en este ámbito, destacan:

- Estrategia de diagnóstico, vigilancia y control sanitario frente a la exposición del Covid-19, en un documento que define los criterios de actuación a seguir de manera homogénea por todo el Grupo.
- Análisis de memoria inmunitaria: desde el inicio de la pandemia los servicios sanitarios realizaron 31.408 test rápidos de anticuerpos para poder conocer la proporción de la plantilla que había desarrollado una respuesta inmune. Asimismo, se realizaron 2.884 test de antígenos.

Número de cursos Covid-19 realizados por los empleados:

- 6 acciones formativas, de modalidad *online*, con un seguimiento de 42.678 horas.
- 6 acciones formativas de modalidad presencial, que han supuesto un total de 2.138 sesiones impartidas y 2.452 horas.

**2. Medidas organizativas, como el distanciamiento social o el control de afluencia de clientes.** En todos nuestros establecimientos se han instalado vinilos como recordatorio permanente de la importancia de mantener la distancia de seguridad.

El Corte Inglés ayudó a que las empresas colaboradoras que operan en nuestros centros (2.300 empresas y más de 18.000 empleados) implantaran las medidas preventivas contra el Covid-19, en línea con nuestro Plan de Contingencia.

También, se ha modificado la organización del trabajo, así se han establecido turnos escalonados, concesión de excedencias, licencias no retributivas o adaptaciones de jornada para facilitar la conciliación familiar.

**3. Instalaciones y espacios comunes.** La renovación del aire interior es continua en todos nuestros establecimientos y minimiza el riesgo de que los aerosoles alcancen concentraciones excesivas. Para comprobar la calidad del aire se realizaron un total de 4.581 comprobaciones en los establecimientos del Grupo.

Desde el inicio de la pandemia se ha reforzado la desinfección de nuestros centros y, en particular, de las superficies de contacto frecuentes, con productos virucidas autorizados, conforme a un Plan de Limpieza y Desinfección específico para la compañía.

| Nº de muestras tomadas para verificar contaminación por Covid-19 | Nº de centros donde se han realizado estas muestras | Auditorías realizadas |
|--|---|-----------------------|
| 2.194 de superficie<br>160 de ambiente                           | 381   | 3.105                 |

**4. Información y comunicación.** El Grupo trabaja activamente para concienciar a sus empleados sobre las medidas necesarias a guardar en todo momento a través de sus canales.

## INDICADORES DE SEGURIDAD

El esfuerzo que se realiza para garantizar la seguridad y salud de nuestros empleados se refleja en el resultado de los índices de accidentabilidad, que disminuyeron en el ejercicio 2020 respecto a los anteriores. La evolución de estos índices permite analizar la eficacia de las medidas implantadas por los equipos de prevención de riesgos laborales para la mejora continua. El número de horas de absentismo por enfermedad común y accidente no laboral se ha incrementado por la incidencia del Covid-19. El detalle de estos indicadores, así como su evolutivo puede consultarse en el Anexo I (páginas 219-220).

Al margen de la incidencia del Covid, se han registrado 1.347 casos con baja laboral en 2020 (1.572 en 2019), de los cuales 547 correspondieron a hombres y 800 a mujeres. Esto supuso 235.272 horas de absentismo en el ejercicio, frente a las 256.496 horas de 2019. En el mismo sentido, los casos de enfermedad relacionados con el trabajo fueron inferiores a los del año anterior, 26 casos en 2020 (48 en el ejercicio 2019), ninguno de estos derivó en fallecimiento del empleado. Los casos de enfermedad fueron debidos, principalmente a posturas forzadas y movimientos repetitivos, correspondiendo 7 casos a hombres y 19 a mujeres.





**31.488**  
proveedores

**84,8%**  
de volumen de  
compra del Grupo  
en España

**2.647**  
Auditorías ASG a  
fábricas en 2020

**8.377,9**  
millones de euros en  
volumen de compra  
del Grupo

# La Cadena de Suministro

Nuestros proveedores son el punto de partida para satisfacer las necesidades del cliente. Con su esfuerzo han conseguido mantener el nivel de calidad de siempre y la misma eficacia en el servicio.

La cadena de suministro es el punto de partida para satisfacer las necesidades del cliente. Por esta razón, realizamos una elección minuciosa de nuestros proveedores para que cumplan con las mejores prácticas de producción responsable que redundan en nuestro compromiso de calidad. Mantenemos una relación de confianza y colaboración con nuestra cadena de suministro, lo que nos permite impulsar el desarrollo de las economías locales allí donde estamos presentes.

Entre nuestras prioridades se encuentra el respeto a los Derechos Humanos en toda la cadena de suministro. La formación a nuestros proveedores y la evaluación de sus fábricas nos permite avanzar en la mejora continua.

**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

Promovemos la compra responsable y sostenible en colaboración con nuestros proveedores, e impulsamos el producto de proximidad a través de acuerdos con suministradores locales.

### UNA CADENA DE SUMINISTRO GLOBAL Y DIVERSIFICADA<sup>9</sup>

La amplia variedad de nuestras líneas de actividad y del surtido que ofrecemos en el ámbito de *retail* nos lleva a tener una cadena de suministro compleja, con socios comerciales principalmente en España, pero también en el resto de países de la Unión Europea (UE) y en terceros países.

#### Número de proveedores del Grupo El Corte Inglés con actividad en el ejercicio

| Líneas de negocio            | España        | Otros países de la UE | Terceros países | Total 2020    | Total 2019    | Total 2018    |
|------------------------------|---------------|-----------------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|
| Empresas de <i>retail</i>    | 18.216        | 3.536                 | 2.530           | 24.282        | 28.507        | 30.614        |
| Grupo Seguros                | 348           | 20                    | 5               | 373           | 388           | 402           |
| Grupo Viajes El Corte Inglés | 5.496         | 826                   | 316             | 6.638         | 29.222        | 27.184        |
| Grupo SICOR                  | 194           | 1                     | 0               | 195           | N/A           | N/A           |
| <b>TOTAL</b>                 | <b>24.254</b> | <b>4.383</b>          | <b>2.851</b>    | <b>31.488</b> | <b>58.117</b> | <b>58.200</b> |

#### Volumen de compra (millones de euros) del Grupo El Corte Inglés a 28 de febrero de 2021

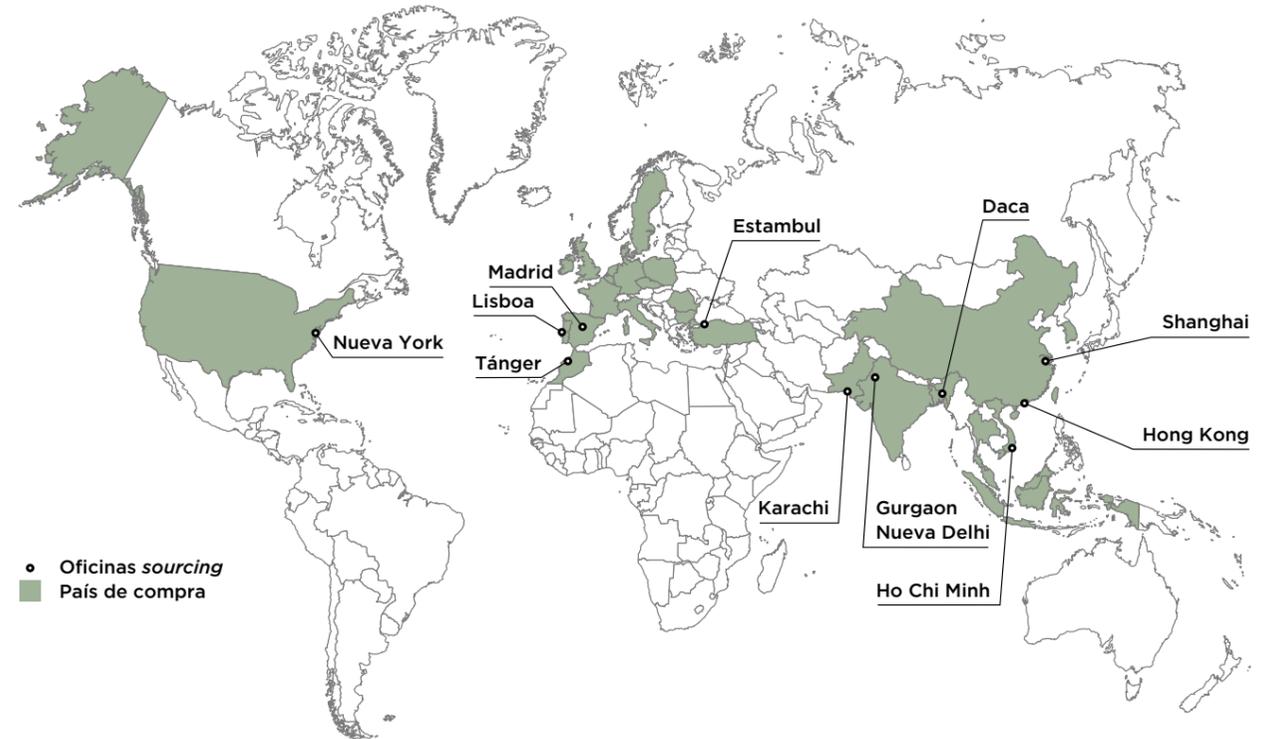
| Líneas de negocio            | España          | Otros países de la UE | Terceros países | Total 2020      | Total 2019       | Total 2018       |
|------------------------------|-----------------|-----------------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|
| Empresas de <i>retail</i>    | 6.936,75        | 654,62                | 591,16          | 8.182,53        | 9.538,15         | 9.585,91         |
| Grupo Seguros                | 10,61           | 0,20                  | 0,06            | 10,88           | 9,72             | 10,59            |
| Grupo Viajes El Corte Inglés | 148,40          | 22,38                 | 5,25            | 176,02          | 1.413,48         | 1.531,00         |
| Grupo SICOR                  | 8,47            | 0,04                  | 0,00            | 8,51            | N/A              | N/A              |
| <b>TOTAL</b>                 | <b>7.104,23</b> | <b>677,24</b>         | <b>596,47</b>   | <b>8.377,94</b> | <b>10.961,35</b> | <b>11.127,50</b> |

En el ejercicio 2020, el Grupo El Corte Inglés ha contado con un total de 31.488 proveedores, un 45,8% menos que el ejercicio anterior, motivado, por un lado, por el impacto de la pandemia del Covid-19, que ha provocado el cese de una parte importante de la actividad comercial, especialmente en Viajes El Corte Inglés; y, por otro lado, por el proceso de consolidación de proveedores que el Grupo puso en marcha hace tres años.

En el ámbito de *retail*, la mayor parte de los proveedores de marca propia se encuentran en terceros países. En este sentido, la pandemia ha puesto de manifiesto el gran esfuerzo que ha realizado el Grupo para mantener las relaciones comerciales con nuestros proveedores en estos países, asumiendo los pedidos realizados previamente, a pesar del cese de una parte importante de nuestra actividad por las medidas establecidas.

El Corte Inglés ha seguido los principios del “Call to Action” de la OIT (Organización Internacional del Trabajo).

La diversidad de nuestros proveedores nos lleva a operar tanto desde las oficinas centrales, en Madrid, como desde aquellas ubicadas en las Islas Canarias, Portugal y terceros países, con el fin de impulsar la diligencia debida a nivel local. La implantación geográfica se reparte de la siguiente forma:



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

<sup>9</sup> En el ejercicio 2020 se contabilizan, por primera vez, dentro de las empresas de *retail* los datos de proveedores y volumen de compra de Telecor, Industrias del Vestido y Confecciones Teruel. Asimismo, los datos de Tourmundial y CDEV se contabilizan dentro de Grupo Viajes El Corte Inglés. Los datos relativos a Grupo Seguros de 2019 y 2018 se han recalculado para establecer la comparativa con el ejercicio 2020, en donde se excluyen los agentes mediadores. Reino Unido se considera dentro de la UE durante el ejercicio 2020.

## PROVEEDORES EN ESPAÑA Y PORTUGAL

Promovemos la compra responsable y sostenible de productos y servicios, en colaboración con nuestros proveedores, e impulsamos el producto de proximidad a través de acuerdos con suministradores locales. Esto forma parte de nuestro compromiso para contribuir con el progreso económico y social de los países en los que estamos presentes.

En el ejercicio 2020, hemos mantenido una estrecha vinculación con los proveedores ubicados en España, lo que nos ha permitido garantizar el abastecimiento de productos de primera necesidad en nuestras tiendas en periodos de alta demanda, y ayudar a empresas, sobre todo pymes, que se han visto afectadas por el cese de una parte importante de la actividad, especialmente en hostelería.

- De los 31.488 proveedores que forman parte de la cadena de suministro del Grupo en el ejercicio 2020, el 77% de los proveedores están ubicados en España y su volumen de compra representa el 84,8% del total.
- El 70,4% de los proveedores de El Corte Inglés-Grandes Armazéns están ubicados en Portugal que supone un volumen de compras a proveedores locales del 86,4%.

Dentro de las actuaciones llevadas a cabo en este ámbito en España, cabe destacar:

- La realización de eventos especiales en diferentes comunidades autónomas como Extremadura, Castilla y León, Cantabria, entre otras, para apoyar a los proveedores nacionales y poner en valor los productos locales.
- El incremento del número de proveedores españoles en la categoría de electrodomésticos, que ya suponen un 70% del total de esta división.
- El mantenimiento del programa “MÑ Hecho en España” en el ámbito de la moda y los complementos para prendas de marcas propias como Emidio Tucci, Énfasis Black o Gloria Ortiz. Este proyecto, que aúna los atributos de sostenibilidad de producción local y responsable, añade valor a nuestras marcas propias.

## DILIGENCIA DEBIDA

Como empresa responsable, El Corte Inglés asume la supervisión de las buenas prácticas en aspectos Ambientales, Sociales y de Buen Gobierno (ASG), así como, el respeto de los Derechos Humanos en toda la cadena de suministro, a través de diferentes herramientas como análisis de riesgos, auditorías, formación, entre otras. Esto es lo que entendemos como diligencia debida. Por este motivo, disponemos de un sistema de gestión responsable que integra las empresas de *retail* del Grupo (El Corte Inglés, Supercor y El Corte Inglés Grandes-Armazéns).

Además de este sistema común a todos los proveedores, El Corte Inglés Empresas lleva a cabo una evaluación continua de su desempeño basada en el cumplimiento de las fechas de compromiso pactadas, la calidad del servicio prestado y el seguimiento de incidencias, de acuerdo con las certificaciones ISO 9001, 14001 y PECAL 2110.

De manera análoga, las empresas no *retail* del Grupo (Viajes El Corte Inglés, Grupo Seguros El Corte Inglés y Grupo SICOR) cuentan con sus propios sistemas de gestión:

- **Viajes El Corte Inglés** sigue avanzando en la homologación de su red de proveedores. A finales del ejercicio se envió un cuestionario a una selección de socios comerciales mediante el cual se vinculan al Código Ético de El Corte Inglés, a través de la Carta de Compromiso corporativa. Además, se ha puesto en marcha un proyecto en colaboración con los socios comerciales para obtener un mayor conocimiento sobre políticas de gestión de la RSC y criterios ASG para evolucionar hacia un turismo más responsable.
- **Grupo Seguros El Corte Inglés** comparte con la matriz el 63% de su cartera de proveedores, por lo que estos ya están integrados en el sistema corporativo de homologación ASG.
- **Grupo SICOR** tiene su propia política de compras y de evaluación de proveedores, certificada por las normas ISO 9001, ISO 14001 y OHSAS 18001. Asimismo, ha asumido las políticas corporativas de El Corte Inglés y desde febrero de 2021, se ha comenzado a enviar a los proveedores la Carta de Compromiso del Grupo, procedimiento que culminará en el ejercicio 2021.

Cada una de estas empresas gestiona su cadena de suministro en función de la tipología de proveedores, así como de los riesgos potenciales detectados.

## CICLO DE BUENAS PRÁCTICAS

La diligencia debida se basa en el ciclo de buenas prácticas recomendado por los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre empresas y Derechos Humanos. Estos principios establecen la obligatoriedad de promover el respeto a los Derechos Humanos en toda la cadena de valor a través de mecanismos que verifican su cumplimiento. Estos son:



### 1. Política de RSC

Aprobada por el Consejo de Administración en el ejercicio 2018, recoge el compromiso empresarial del Grupo El Corte Inglés de ejercer la diligencia debida en todas sus actividades. Tal y como se explica en su preámbulo, esta política se apoya en los convenios fundamentales de la OIT, entre otros principios.

### 2. Análisis de los Riesgos ASG

La diversidad de proveedores y mercados en los que operamos nos lleva a estar expuestos a distintos riesgos a los que debemos anticiparnos. Entre los más destacados se encuentran: el país del proveedor, el sector productivo, el volumen de compra y la titularidad de la marca. Estos riesgos son evaluados a partir de la experiencia interna y en colaboración con distintos grupos de interés (ONG, organismos sindicales, organizaciones de consumidores y representantes académicos).

A partir de ese análisis de riesgos, El Corte Inglés establece su diligencia debida de la siguiente forma:

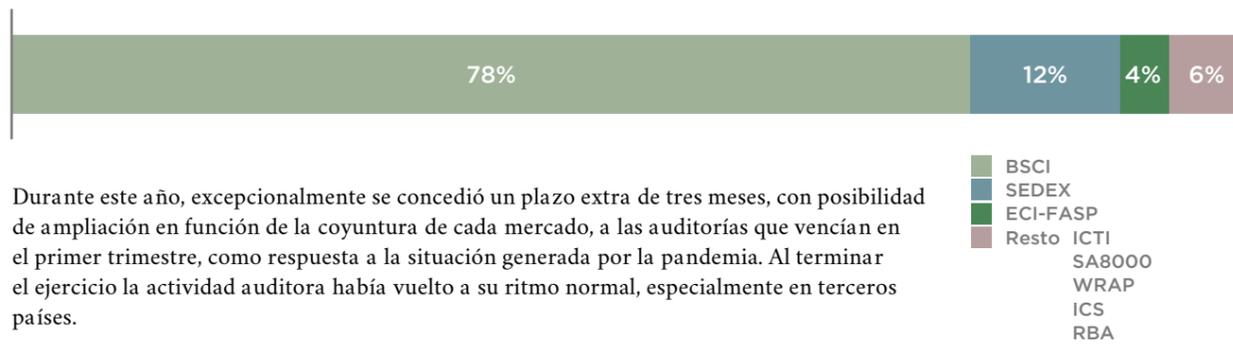
- Proveedores de marca externa: deben superar el proceso de homologación del Grupo, que comienza con el examen de su desempeño en materia de cumplimiento legal y que se amplía a un análisis de solvencia financiera. Además, deben asumir y aceptar como propios los Principios de Actuación del Grupo a través de su adhesión a la Carta de Compromiso de El Corte Inglés, lo que les vincula con nuestro Código Ético.
- Tanto la Carta de Compromiso El Corte Inglés como el Código Ético están disponibles en la web corporativa: <https://www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es/>
- Proveedores de marca propia: Además de lo anterior, tienen la obligación de declarar sus fábricas de producción y de presentar para cada una de ellas una auditoría ASG reconocida por El Corte Inglés y de la que se pueda derivar el cumplimiento con respecto al Código de Conducta del Grupo.

### 3. Auditorías ASG

Los proveedores de productos de marca propia tienen que declarar la relación de fábricas de producción y aportar una auditoría con certificación ASG 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. Sobre esta base, verificamos el respeto de buenas prácticas en aspectos ASG en cada una de las fábricas declaradas por nuestros proveedores, monitorizando su desempeño.

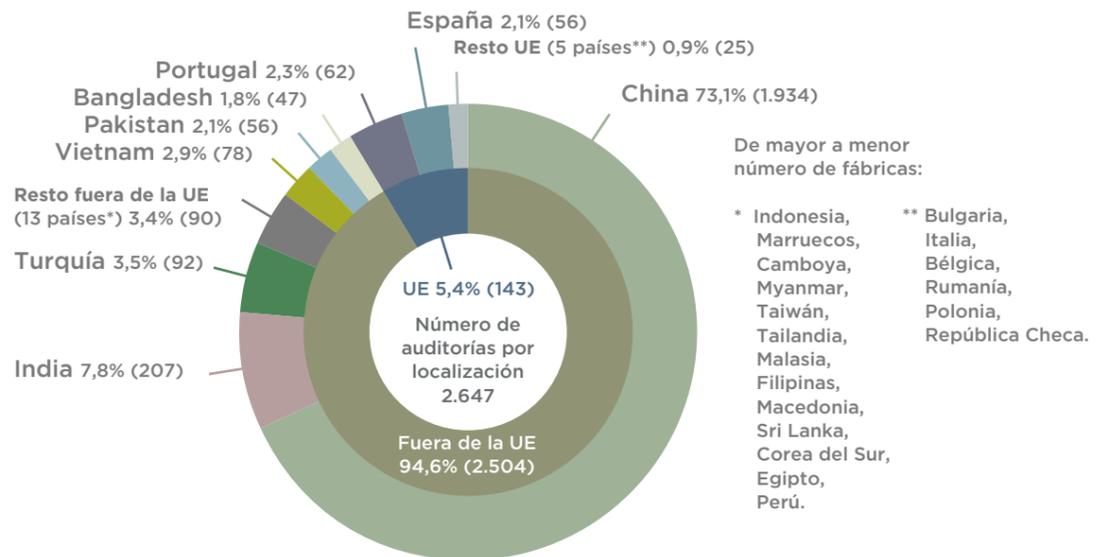
En el siguiente diagrama se refleja la participación dominante de la auditoría amfori BSCI en comparación con el resto de auditorías que acepta El Corte Inglés, en línea con los ejercicios anteriores.

#### % auditorías ASG evaluadas por estándar en el ejercicio 2020



Durante este año, excepcionalmente se concedió un plazo extra de tres meses, con posibilidad de ampliación en función de la coyuntura de cada mercado, a las auditorías que vencían en el primer trimestre, como respuesta a la situación generada por la pandemia. Al terminar el ejercicio la actividad auditora había vuelto a su ritmo normal, especialmente en terceros países.

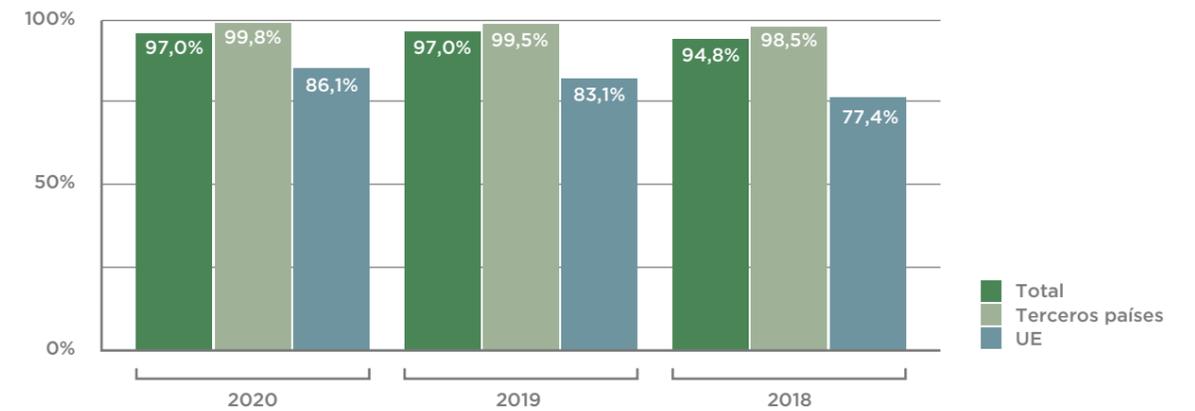
#### Número de auditorías realizadas



La siguiente tabla representa el balance a 3 años de la evolución del desempeño ASG en nuestras fábricas, que ha obtenido unos resultados positivos.

| Calificación de la fábrica | Distribución sobre el total de auditorías en ejercicio 2020 | Distribución sobre el total de auditorías en ejercicio 2019 | Evolución 2019-2020 | Distribución sobre el total de auditorías en ejercicio 2018 | Comentarios   |
|----------------------------|---|---|---------------------|---|---|
| A                          | 5,78%   | 5,93%   | - 0,15 p.p.         | 6,91%   | Las fábricas con producción autorizada por El Corte Inglés han evolucionado de forma favorable en los últimos 3 años (93,0% en 2018, 96,9% en 2019 y 97,7% en 2020)                             |
| B                          | 7,40%   | 7,64%   | - 0,24 p.p.         | 6,98%   |   |
| C                          | 84,51%  | 82,44%  | + 2,07 p.p.         | 79,09%  |   |
| D                          | 2,23%   | 3,95%   | - 1,72 p.p.         | 6,69%   | En consonancia con el comentario anterior, destaca la significativa reducción de las fábricas rechazadas, resultado de los esfuerzos de optimización de la cadena de suministro de marca propia |
| E                          | 0,00%   | 0,04%   | - 0,04 p.p.         | 0,18%   |   |
| ZT                         | 0,09%   | -   | + 0,09 p.p.         | 0,15%   |   |

#### Cobertura de fábricas



La cobertura es la relación de fábricas monitorizadas con respecto al total de fábricas declaradas.

En la tabla que se muestra a continuación se refleja el buen desempeño general de los fabricantes del Grupo. Destaca la positiva evolución de todos los aspectos auditados, si bien, el indicador de jornada laboral todavía plantea retos en los que se sigue trabajando.

| Porcentaje (%) de No Conformidades por aspecto ASG auditado                    | Ejercicio 2020 | Ejercicio 2019 | Decremento (-)/Incremento (+) de las No Conformidades en E'2020 vs. E'2019 | Ejercicio 2018 | Indicadores GRI trans-versales | Indicadores GRI específicos | Convenios fundamentales OIT | Meta ODS vinculada |
|--|----------------|----------------|--|----------------|--------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|--------------------|
| <b>Resultados globales de las auditorías amfori BSCI y ECI FASP realizadas</b> | 2,31%          | 3,99%          | -1,68%   | 7,02%          |                                |                             |                             |                    |
| <b>Aspectos ASG auditados</b>  |                |                |  |                |                                |                             |                             |                    |
| 1. Sistema de gestión y efecto cascada   | 70,35%         | 71,01%         | -0,66%   | 67,65%         |                                |                             |                             | 8.5, 8.8           |
| 2. Implicación de trabajadores y protección                                    | 1,54%          | 1,76%          | -0,22%   | 3,16%          |                                |                             |                             | 8.5, 8.8           |
| 3. Libertad de asociación y negociación colectiva                              | 0,00%          | 0,08%          | -0,08%   | 0,26%          |                                |                             |                             | 8.5, 8.8           |
| 4. No discriminación   | 0,13%          | 0,16%          | -0,03%   | 0,33%          |                                |                             | X                           | 8.5, 8.8           |
| 5. Remuneración justa  | 0,94%          | 2,64%          | -1,70%   | 4,62%          |                                |                             | X                           | 8.5, 8.8           |
| 6. Jornada laboral digna   | 75,86%         | 72,85%         | 3,01%  | 69,42%         |                                |                             |                             | 8.5, 8.8           |
| 7. Seguridad y salud en el trabajo   | 7,06%          | 9,88%          | -2,82%   | 13,12%         | 414-1, 414-2, 412-1            |                             |                             | 8.5, 8.8           |
| 8. No al trabajo Infantil  | 0,04%          | 0,08%          | -0,04%   | 0,29%          |                                | 408-1                       | X                           | 8.5, 8.7, 8.8      |
| 9. Protección especial para jóvenes trabajadores                               | 0,00%          | 0,13%          | -0,13%   | 0,61%          |                                | 408-1                       | X                           | 8.5, 8.8           |
| 10. No al trabajo irregular  | 0,05%          | 0,26%          | -0,21%   | 0,29%          |                                |                             |                             | 8.5, 8.8           |
| 11. No al trabajo forzoso  | 0,09%          | 0,04%          | 0,05%  | 0,40%          |                                | 409-1                       | X                           | 8.5, 8.8           |
| 12. Protección al Medio Ambiente   | 0,51%          | 1,01%          | -0,50%   | 1,43%          |                                | 308-1, 308-2                |                             | 8.4                |
| 13. Comportamiento ético empresarial   | 0,47%          | 0,31%          | 0,16%  | 0,99%          |                                |                             |                             | 8.5, 8.8           |

A lo largo del ejercicio 2020 se homologaron 860 proveedores potenciales tras haber superado los criterios ambientales y sociales.

#### 4. Canal de Denuncias

Uno de los aspectos que son evaluados en las auditorías ASG realizadas a las fábricas de nuestros proveedores es la existencia de algún tipo de canal de denuncia propio para comunicar cualquier aspecto que suponga una vulneración de los Derechos Humanos.

Adicionalmente, se realiza un seguimiento de los canales de denuncias que reconoce El Corte Inglés: el de amfori BSCI y nuestro Canal Ético. Durante el ejercicio, no se ha registrado en el canal de amfori BSCI ninguna denuncia que afectara a proveedores de El Corte Inglés o a sus fábricas, pero sí se abrieron 4 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 en los que se sigue trabajando. Por otra parte, en el Canal Ético de El Corte Inglés se ha recibido y gestionado una reclamación relativa a subcontrataciones no declaradas en nuestra cadena de suministro nacional.

Por último, desde marzo de 2020, El Corte Inglés es miembro fundacional del equipo de trabajo de amfori BSCI en el proyecto del Canal de Denuncias de la Cadena de Suministro (Supply Chain Grievance Mechanism) gestionado por un tercero. La prueba piloto arrancará a lo largo de 2021 en Vietnam.

## 5. Formación

El Grupo realiza una importante labor en cuanto a formación en Derechos Humanos. En el primer trimestre del ejercicio, El Corte Inglés puso en marcha un proyecto de digitalización de intercambio de datos ASG en materia de sostenibilidad, con el fin de promover la interacción entre los proveedores y con la compañía.

En una segunda fase, se ha iniciado un programa de formación para los profesionales del área de Compras en materia de homologación ASG, diligencia debida en Derechos Humanos y elementos de compra responsable. De esta forma, nuestros empleados comparten con los proveedores los conocimientos y los animan al uso activo de la plataforma corporativa. A lo largo del ejercicio 2021 el resto de equipos vinculados con estas disciplinas realizarán esta formación.

Los profesionales de Sfera también han sido formados en esta materia, completando así su integración total en el sistema de gestión ASG del Grupo.

En Turquía, El Corte Inglés junto con otras marcas locales e internacionales organizó un ciclo de formación sobre impactos

generados por el Covid-19 para fortalecer las competencias de los proveedores en su capacidad de respuesta ante los nuevos desafíos.

Además, en la Academia amfori se han impartido 147 cursos en materia ASG dirigidos a nuestros fabricantes de marca propia.

El Corte Inglés ha impulsado también la formación en Derechos Humanos al personal de seguridad subcontratado que presta estos servicios en nuestros establecimientos. En el ejercicio 2020 se formó a 1.370 personas contratadas por la empresa filial SICOR y a 221 personas contratadas por terceras empresas del sector.

### ALIANZAS CON GRUPOS DE INTERÉS

En el ámbito internacional mantenemos acuerdos con nuestros grupos de interés con el fin de impulsar proyectos que promuevan el respeto de los Derechos Humanos. En la tabla se recogen las principales iniciativas en las que participamos.

| País       | Línea de acción   | Objetivo   | Progreso a 28 de febrero de 2021  |
|------------|---|--|---|
| Bangladesh | Accord on Fire & Building Safety                          | Programa de verificación y mejora de seguridad en fábricas y de salud de los trabajadores textiles de Bangladesh | El "Transition Accord", firmado en 2018, ha continuado en Bangladesh a través del RSC (Ready-Made Garment Sustainability Council), a partir de julio de 2020.   |
| Bangladesh | Convenio con UNICEF                                       | Programas de protección de la maternidad y de los derechos de la infancia en el sector textil                    | El Corte Inglés mantiene la colaboración con UNICEF en Bangladesh y se ha prorrogado hasta diciembre de 2021, debido al impacto que ha provocado el Covid-19.   |
| Bangladesh | Protocolo de acoso sexual                                 | Prevención de este delito en la delegación internacional de El Corte Inglés en Bangladesh                        | En el ejercicio 2020 se ha firmado la creación del Comité Anti-Acoso en la oficina de Bangladesh. Se realizó una encuesta anónima al personal de la oficina como punto de partida para preparar el curso, que ha sido impartido en febrero de 2021.   |
| India      | Tamil Nadu Multistakeholder                               | Erradicación de la explotación de la mujer en la cadena de suministro textil                                     | En febrero de 2021 finalizaron las formaciones en 65 tejedurías que quedaron preparadas para la fase de sostenibilidad y poder seguir ellas mismas con las formaciones. Una vez finalice el proyecto, las tejedurías podrán optar a formación online.   |
| India      | Industria del Calzado en Agra: Fair Labor Association     | Erradicación del trabajo infantil en el sector productivo del calzado  | 307 niños (131 niños, 176 niñas) beneficiados por el proyecto MUSKAAN. Del total, 183 niños fueron aceptados en la escuela oficial, gracias a las subvenciones obtenidas. Durante la pandemia el equipo ha estado interactuando con los 124 niños restantes en sus hogares. Además, se han puesto en marcha actividades comunitarias, como la campaña de prevención contra el Covid-19. Durante el período del proyecto, se hizo seguimiento de la presencia de 535 niños en la escuela oficial, para que no la abandonaran por motivos de trabajo. |
| India      | Protocolo de Acoso Sexual                                 | Proyecto de prevención en la delegación internacional de El Corte Inglés en India                                | No se ha recibido ninguna denuncia durante el ejercicio 2020. Se está preparando una formación para el siguiente ejercicio.   |
| Turquía    | Trabajadores refugiados procedentes de Siria: United Work | Protección de los derechos de los trabajadores refugiados en el marco de la legislación nacional turca           | A cierre del ejercicio 2020, había 48 personas sirias trabajando en nuestras fábricas turcas. La pandemia ha obligado a que algunas de ellas cerraran completamente o tuvieran que mantenerse con pocos trabajadores debido a la reducción de pedidos. Esto ha generado una reducción de trabajadores sirios y turcos en nuestra cadena de suministro.  |
| Portugal   | "Hecho en Portugal" de asociaciones ATP y ANIVEC          | Desarrollo de un sistema de cumplimiento ASG vinculado a la etiqueta de "Hecho en Portugal"                      | La oficina de <i>sourcing</i> de Portugal está desarrollando un nuevo atributo de sostenibilidad en torno al concepto de "Hecho en Portugal", en colaboración con ATP (Associação Têxtil e Vestuário) y ANIVEC (Associação Nacional das Indústrias de Vestuário e Confeção), principales asociaciones textiles del país. Este proyecto tiene como objetivo poner en valor todas las producciones de nuestras marcas propias realizadas en Buen Portugal en correctas condiciones ASG (Ambientales, Sociales y de Buen Gobierno).                    |



Jardín vertical en El Corte Inglés de Constitución (Valladolid).

**51**

centros comerciales y plataformas con sistema de gestión Residuo Cero

**91,5%**

de residuos valorizados en centros con sistema de Residuo Cero

**-10,7%**

de consumo eléctrico respecto a 2019

**100%**

de nuestras bolsas de transporte de mercancía están certificadas

**-8,5%**

de emisiones de CO<sub>2</sub> respecto a 2018

## El Medio Ambiente<sup>10</sup>

La sostenibilidad y el cuidado del entorno forma parte de nuestro propósito como empresa. Por eso, nos esforzamos para mantener nuestro compromiso de respeto al medio ambiente en los diferentes ámbitos en los que impacta nuestra actividad.

Mantenemos un compromiso de respeto al medio ambiente en los diferentes ámbitos en los que impacta nuestra actividad empresarial con el fin de favorecer el desarrollo sostenible del entorno.

Nuestros principales esfuerzos están relacionados con la prevención en la generación de residuos y su valorización, la reducción del consumo de recursos (agua, energía o combustibles) y otras acciones que cierran el ciclo de economía circular. En este sentido, nos hemos adherido a distintas iniciativas que establecen un marco de acción específico en respuesta a la situación del planeta.

#### Asuntos materiales vinculados

- Economía Circular y Residuo Cero
- Envases y embalajes sostenibles
- Riesgos derivados del cambio climático
- Eficiencia energética y Logística sostenible

<sup>10</sup> El alcance de los datos corresponde a las empresas de *retail* España y Portugal, Grupo de Seguros, Viajes El Corte Inglés y Grupo SICOR. El resto de las empresas no están consideradas al no disponer de la información o tener poca relevancia respecto al total. El alcance de datos del 2019 corresponde a las empresas de *retail* España y Portugal, Grupo Seguros y Viajes El Corte Inglés.

| Nombre iniciativa   | Áreas afectadas             | Compromiso específico  | Año  |
|---|-----------------------------|--|------|
| Ellen MacArthur New Plastics Economy Global Commitment                            | Marcas propias              | Eliminar el sobreembalaje plástico, tanto en tienda física como <i>online</i> e incluso en el B2B  | 2025 |
|   |                             | Sólo plásticos reutilizables, reciclables o compostables en el <i>packaging</i> (envase primario y secundario)   |      |
|   |                             | Aumentar el porcentaje de plástico posconsumo en <i>packaging</i> desde 2021   |      |
| Fashion Pact con Carta de la Industria de la Moda para la Acción Climática UNFCCC | Textil, moda y complementos | Reducir el 20% de plástico virgen desde 2020   | 2025 |
|   |                             | Consumo del 50% de energías renovables en operaciones propias e incentivarlo en la cadena de suministro  |      |
|   |                             | Consumo del 100% de energías renovables en operaciones propias e incentivarlo en cadena de suministro  |      |
|   |                             | Alcanzar la 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 |

Estas iniciativas se complementan con el Plan Director de RSC donde se establecen nuevos objetivos y acciones para el periodo 2021-2025.

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

**1. La Economía circular y Residuo Cero:** Implantar una gestión de residuos con la que consigamos minimizar su generación y valorizar, al menos, el 90% de los residuos, mediante diversos proyectos de economía circular.

**2. El Packaging sostenible:** Establecer un plan que incluya el diseño, la selección de materiales, el almacenaje y la logística con el objetivo de contribuir al modelo sostenible del Grupo a través del *packaging*.

**3. La Lucha contra el cambio climático:** implantar acciones de reducción de consumo energético en electricidad, combustible y optimización de la logística.

## ECONOMÍA CIRCULAR Y RESIDUO CERO<sup>11</sup>

El Grupo continúa impulsando medidas que guíen la transición hacia un modelo de economía circular. La limitación de los recursos y el gran déficit de materias primas para la producción de lo que consumimos, junto a la generación de residuos eliminados sin valorizar, nos dirige hacia un cambio en el modelo económico, donde todo lo que se genera es una fuente para un nuevo proceso.

El Corte Inglés, consciente de esta realidad, apuesta por los siguientes retos medioambientales:

- Economía Circular – proyectos
- Residuo Cero – ampliando fronteras

## ECONOMÍA CIRCULAR-PROYECTOS

Dentro de los proyectos de economía circular, en el ejercicio se ha impulsado la reutilización frente a otras formas de valorización:

- Conscientes de la importancia de luchar contra el **desperdicio alimentario** y su impacto sobre el medio ambiente, la sociedad y la economía, continuamos desarrollando acciones encaminadas a mitigarlo.



Desde El Corte Inglés intensificamos los controles exhaustivos para minimizar el desperdicio alimentario y mejorar la gestión de los productos descartados para la venta.

Aquellos productos que sean aptos para alimentación humana se donan a diversas entidades, tal como se describe en el capítulo de Sociedad del presente informe. Para aquellas fracciones no aptas para el consumo humano, se desarrollan programas de colaboración con distintos parques y granjas de animales, que han permitido la entrega de 51.777 kg de excedentes de frutas y verduras durante el ejercicio. Asimismo, se han incrementado las fracciones de residuo orgánico destinadas a compostaje, evitando siempre que sea posible su depósito en vertedero.

<sup>11</sup> El alcance de los datos de residuos se refiere al año natural.

| CC.AA.                 | Acuerdos de colaboración para las fracciones no aptas para consumo humano                 |
|------------------------|---|
| Galicia                | Colaboramos con las granjas Pastos do Enxilde y Mourelos Valles                           |
| Principado de Asturias | Convenio con el Zoológico El Bosque   |
| País Vasco             | Convenio con la explotación ganadera Ezkurtxerri Basque Porks                             |
| Comunidad Valenciana   | Convenio con el parque natural Bioparc<br>Convenio con el parque natural Río Safari Elche |
| Región de Murcia       | Convenio con el parque natural Terranatura  |

- El Corte Inglés y Cáritas moda re- firmaron un convenio de colaboración por el que las muestras de **textil de moda**, las prendas no vendidas y el textil depositado en puntos de recogida son gestionados mediante proyectos de economía circular. Estos cumplen el orden de jerarquía de los residuos, priorizando la reutilización siempre que sea posible, frente a otras formas de valorización, como el reciclaje o la valorización energética.

| Acciones   | Ejercicio 2020 | Ejercicio 2019 |
|--|----------------|----------------|
| Puntos de recogida en el Grupo El Corte Inglés       | 49             | 49             |
| Cantidad de ropa recogida                            | 239.943 kg     | 268.071 kg     |
| Reutilización de la ropa recogida                    | 50,3%          | 57,0%          |
| Reconversión del textil en nuevas fibras (reciclaje) | 41,1%          | 35,0%          |
| Valorización energética                              | 8,6%           | 8,0%           |

- Durante el ejercicio 2020, hemos aumentado la recogida de **Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos** (RAEE), logrando los objetivos marcados a pesar de la pandemia. De esta forma, hemos aumentado la fracción de aparatos destinados a reutilización y garantizado el reciclaje de la totalidad de los residuos de estas características recogidos en nuestros centros comerciales.
- Además, la economía circular está presente en el desarrollo de nuestra actividad con el uso de:
  - Cajas de cartón reciclado a partir de otros embalajes de cartón ya utilizados previamente.
  - Bolsas de plástico fabricadas con granza reciclada a partir de nuestros residuos plásticos de embalaje.
  - Perchas, cestas y palés reutilizados.
  - Juguetes, madera, metales, así como materia prima para otros procesos.
- Participamos en proyectos de investigación relacionados con la economía circular, como el proyecto Life EPS Sure con el que colaboramos desde 2017. Esta iniciativa ha logrado demostrar la posibilidad de obtener granza reciclada de poliestireno expandido apta para contacto alimentario, que permite fabricar nuevos envases de EPS reciclado para alimentos.

## RESIDUO CERO

El sistema Residuo Cero cierra el ciclo de economía circular ya que se basa en la premisa de que “Todo residuo que se produce se gestiona y todo lo que se gestiona se valoriza”. El éxito de este modelo está en conseguir valorizar más del 90% de los residuos generados.

Este proyecto comenzó en abril de 2019 en Galicia. En ese mismo ejercicio se extendió al Principado de Asturias, Cantabria y Castilla y León, y en el ejercicio 2020 se ha obtenido la certificación Residuo Cero en Aragón, Navarra y País Vasco, y la primera fase de esta certificación en la Comunidad Valenciana y en la Región de Murcia, lo que supone un total de 41 centros comerciales y 10 plataformas logísticas con este sistema de gestión. Con posterioridad al cierre del ejercicio se ha implantado en Portugal.

La compañía tiene como objetivo conseguir esta certificación para todos los centros y plataformas logísticas de El Corte Inglés en el ejercicio 2022, y, en los establecimientos Supercor, en el ejercicio 2025.

El Corte Inglés se convirtió, en 2019, en la primera empresa de distribución en obtener el certificado Residuo Cero de Aenor, en sus establecimientos comerciales y plataformas logísticas de Galicia. Así, en octubre de 2020, recibimos un galardón en la edición 2019/2020 de la Sección Española de los Premios Europeos de Medio Ambiente a la Empresa que otorga la Comisión Europea y organiza la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico. Este premio reconoce el esfuerzo que realiza la compañía para integrar la sostenibilidad en la gestión empresarial.



## Centros y plataformas certificados por AENOR con Residuo Cero

| Región                 | Provincia    | Centros                     |
|------------------------|--------------|-----------------------------|
| Galicia                | A Coruña     | C.C. Ramón y Cajal          |
|                        |              | C.C. Marineda               |
|                        |              | C.C. Santiago de Compostela |
|                        |              | Plataforma de Altamira      |
|                        | Pontevedra   | C.C. Vigo                   |
|                        |              | Plataforma de Porriño       |
| Principado de Asturias | Asturias     | C.C. Avilés                 |
|                        |              | C.C. Gijón                  |
|                        |              | C.C. Salesas                |
|                        |              | C.C. Oviedo Edif. I y II    |
|                        |              | Plataforma de Asturias      |
| Castilla y León        | Valladolid   | C.C. Zorrilla               |
|                        |              | C.C. Constitución           |
|                        |              | C.C. Monasterio             |
|                        |              | Plataforma de Cobalto       |
|                        | Burgos       | C.C. La Moneda Edif. I y II |
|                        |              | C.C. Parque Burgos          |
|                        | León         | C.C. León                   |
|                        |              | Plataforma de Puente Castro |
|                        | Salamanca    | C.C. Salamanca              |
|                        | Cantabria    | C.C. Bahía de Santander     |
| Aragón                 | Zaragoza     | C.C. Sagasta                |
|                        |              | C.C. Gran Casa              |
|                        |              | C.C. Puerto Venecia         |
|                        |              | C.C. Independencia          |
|                        |              | Plataforma de Malpica       |
| Navarra                | Navarra      | C.C. Itaroa                 |
|                        |              | C.C. Pamplona               |
| País Vasco             | Bizkaia      | C.C. Gran Vía Edif. I y II  |
|                        |              | Plataforma de Galdakao      |
|                        | Gipuzkoa     | C.C. Eibar                  |
| Araba                  | C.C. Vitoria |                             |



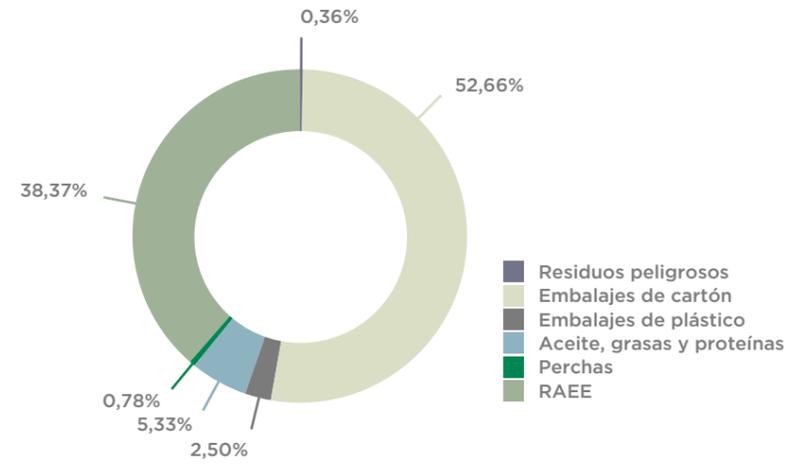
El certificado de AENOR Residuo Cero reconoce a aquellas organizaciones que valorizan las distintas fracciones de residuos que generan, dentro del alcance definido, evitando que tengan como destino final la eliminación en vertedero.

## Centros y plataformas en primera fase de la certificación AENOR Residuo Cero

| Región                      | Provincia            | Centros                        |                    |
|-----------------------------|----------------------|--------------------------------|--------------------|
| Comunidad Valenciana        | Valencia             | C.C. Pintor Sorolla            |                    |
|                             |                      | C.C. Ademuz                    |                    |
|                             |                      | C.C. Nuevo Centro Edif. I y II |                    |
|                             |                      | C.C. Avenida de Francia        |                    |
|                             |                      | C.C. Colón                     |                    |
|                             |                      | Plataforma de La Reva          |                    |
|                             |                      | Castellón                      | C.C. Castellón     |
|                             |                      | Alicante                       | C.C. Maissonave    |
|                             | C.C. Ciudad de Elche |                                |                    |
|                             | Región de Murcia     | Murcia                         | C.C. Federico Soto |
| Plataforma de Atalayas      |                      |                                |                    |
| C.C. Libertad               |                      |                                |                    |
| C.C. Cartagena              |                      |                                |                    |
| C.C. Salzillo               |                      |                                |                    |
| Plataforma de Molina Segura |                      |                                |                    |

Los residuos generados en 2020, en todos los centros de El Corte Inglés, han disminuido en un 6,7% con respecto al ejercicio anterior, como consecuencia, principalmente, de la paralización de ciertas actividades por el impacto de la pandemia.

| Residuos destinados a valorización | 2020 (Tm)     | 2019 (Tm)     | 2018 (Tm)     | Operación de valorización                         |
|------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---|
| Residuos peligrosos                | 193           | 175           | 200           | Reciclaje/<br>Eliminación controlada              |
| Embalajes de cartón                | 28.528        | 32.734        | 31.767        | Fabricación de fibra de papel reciclada           |
| Embalajes de plástico              | 1.352         | 1.593         | 1.433         | Fabricación de granza reciclada                   |
| Aceite, grasa y proteínas          | 2.886         | 3.392         | 2.584         | Biodiésel y fabricación de piensos                |
| Perchas                            | 424           | 562           | 571           | Reutilización/<br>Fabricación de granza reciclada |
| RAEE                               | 20.788        | 19.604        | 20.334        | Reutilización/<br>Reciclaje de piezas             |
| <b>Total</b>                       | <b>54.171</b> | <b>58.060</b> | <b>56.889</b> |   |

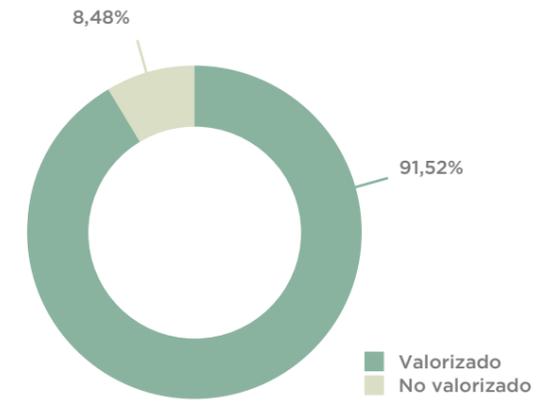


A través de los sistemas de Residuo Cero se realiza un control exhaustivo de los residuos y su gestión final, lo que nos permite aportar información sobre la proporción de los residuos valorizados y no valorizados:

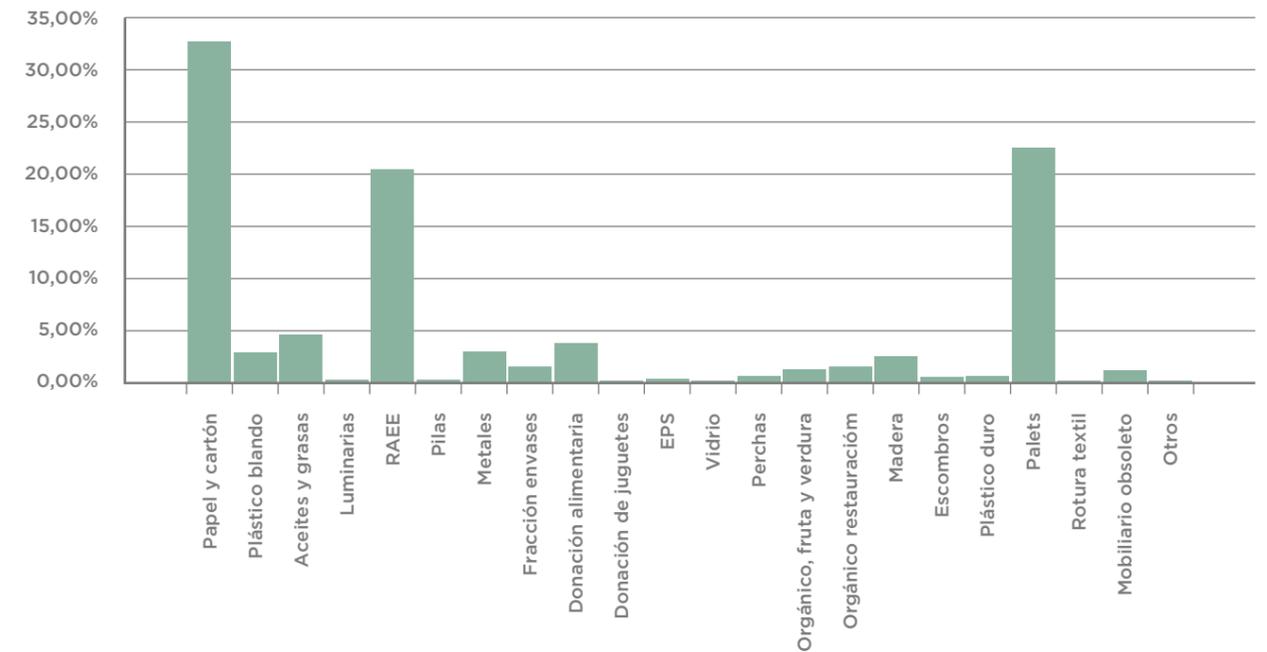
| Sistema Residuo Cero | Residuos Valorizados | Residuos No Valorizados | Alcance  |
|----------------------|----------------------|-------------------------|--|
| 2020                 | 91,52%               | 8,48%                   | Galicia: 4 centros comerciales y 2 plataformas   |
| 2019                 | 93,61%               | 6,39%                   | Galicia, Principado de Asturias, Castilla y León y Cantabria: 18 centros comerciales y 5 plataformas |

NOTA: El alcance de esta información es el de los centros con sistema de gestión Residuo Cero de los que disponemos datos de la generación de residuos de año completo.

**Residuos gestionados en sistemas de Residuo Cero**



**Información de residuos valorizados (%) en centros con sistema Residuo Cero: Galicia, Principado de Asturias, Castilla y León y Cantabria.**



## PLAN DE PACKAGING SOSTENIBLE

El Corte Inglés está convencido de que un buen envase, además de ser respetuoso con el medio ambiente, debe proteger el producto e informar sobre lo que contiene, con el fin de dar respuesta a los hábitos de consumo actuales. Entre las prioridades se encuentran asegurar su gestión final y respetar los siguientes principios:

- Elegir el material o combinación de materiales más adecuados, considerando los aspectos de sostenibilidad, reciclabilidad y la mínima cantidad necesaria para cumplir su función como envase.
- Apoyar la economía circular, cerrando el ciclo del reciclaje y fomentando la reutilización de envases y productos, priorizando el uso de materias primas recicladas.
- Reducir el consumo de materiales de embalaje al mínimo necesario para que cumpla su función como envase.
- Ayudar a nuestros empleados y clientes a conseguir los objetivos de reutilización y reciclado.

En este sentido, nuestro Comité de *Packaging* Sostenible ha realizado una guía interna de *packaging* sostenible para los departamentos de Compras, como referencia para que los envases de marca propia sean cada vez más sostenibles y tengan un menor impacto ambiental. Bajo estas premisas se han llevado a cabo acciones en varios ámbitos:



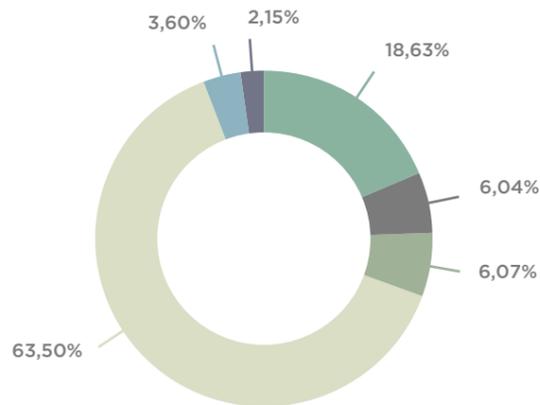
Incrementamos el porcentaje de rPET en envases de productos de marca propia.

|                        |   |
|------------------------|---|
| <b>ALIMENTACIÓN</b>    | <p>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 de plástico de posconsumo).</p> <p>Nueva referencia de bolsa de transporte de papel, con certificación FSC, alternativa a la de plástico.</p> <p>Cambio de las bolsas de consigna de plástico ligeras por bolsas compostables.</p> <p>Cambio de todas las bolsas de plástico ligeras por bolsas de papel con certificación FSC, en áreas de frutas y verduras, panadería y en las cajas de pastelería.</p> <p>Cambio de todas las bolsas de plástico ligeras por bolsas compostables para carnes, pescados, charcutería y platos preparados.</p> <p>Migración de los guantes de plástico virgen a plástico compostable, para el uso de los clientes en la sección de frutas y verduras.</p> <p>Sustitución de las bandejas de poliestireno por bandejas de fibra compostable, celulosa o caña de azúcar, según el entorno de venta.</p> <p>Sustitución de las bandejas de poliestireno por bandejas de PET con un porcentaje de material reciclado en productos cárnicos de proveedor.</p> <p>Reducción de la oferta de fruta y verdura ecológica envasada y aumento de las opciones a granel en el entorno de La Biosfera.</p> <p>Mejoras en materiales de envase en productos de marca propia: incremento del porcentaje de rPET en envases de zumos, aceites y gazpachos, y mejoras en el papel (certificado FSC) de los bricks de leche, batidos y zumos. Asimismo, las cápsulas de café se elaboran con material compostable.</p> |
| <b>NO ALIMENTACIÓN</b> | <p>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) de plástico de posconsumo.</p> <p>Empaquetado de regalo con certificación PEFC o FSC.</p> <p>Circuito de recuperación de perchas.</p>   |
| <b>ENVÍOS</b>          | <p>Cestas reutilizables para los envíos de supermercado.</p> <p>Para envíos de Entrega en el Día, uso de cajas de cartón reciclado y bolsas de papel certificado FSC o PEFC, en sustitución del plástico.</p> <p>Material de protección de la mercancía en los envíos, tanto las burbujas como las bolsas, de plástico reciclado.</p> <p>Doble certificación de las bolsas de plástico para la protección de la mercancía de los envíos: son reutilizables (certificado UNE 15 usos) y elaboradas con más de un 80% de material reciclado (sello Ángel Azul) de plástico de posconsumo.</p>   |
| <b>LOGÍSTICO</b>       | <p>Recuperación del 100% del material de envase en procesos logísticos, a partir de la aplicación del sistema de gestión Residuo Cero.</p>  |
|                        |   |

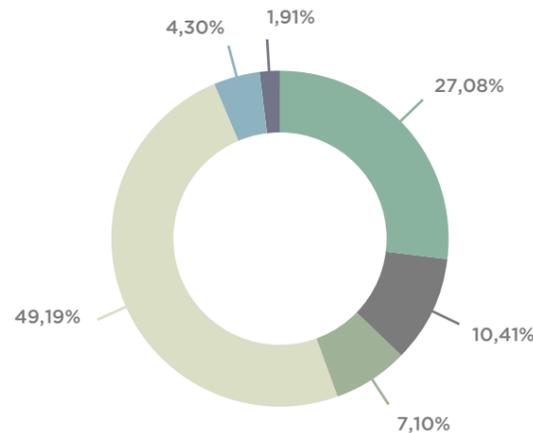
## REDUCCIÓN DE USO DE MATERIALES

El Corte Inglés ha conseguido reducir ligeramente su huella plástica respecto al ejercicio anterior, aunque se haya registrado un gran crecimiento de pedidos *online* y por tanto de envíos a domicilio, que requieren el uso de un mayor número de envases. Para ello, se han eliminado las bolsas de un solo uso, se ha sustituido el tipo de material en distintos tipos de envases, entre otras medidas. La proporción del uso de los diferentes materiales de envases y embalajes se muestra en los siguientes gráficos:

Mapa de envases 2020



Mapa de envases 2019



- Bolsa plástico UNE y reciclada
- Otros plásticos
- Plástico uso interno
- Papel / cartón clientes
- Papel / cartón uso interno
- Otros materiales

NOTA: La variación porcentual se debe, entre otras causas, al aumento del perímetro de análisis, como consecuencia de la mejora en la medición.

Además, se está elaborando una Guía Verde para implantar nuevas medidas sostenibles en relación al *packaging* utilizado para las entregas a domicilio, con el fin de continuar disminuyendo la huella plástica.

## LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO

Somos conscientes del impacto del cambio climático, por ello contribuimos en la transición hacia una economía baja en carbono a través de la promoción de productos y servicios con un impacto menor en el medio ambiente. Al mismo tiempo, impulsamos la promoción de la eficiencia energética y estamos trabajando en el establecimiento de objetivos concretos de reducción, en el que se incluyen medidas que favorecen la disminución paulatina de las emisiones de gases de efecto invernadero en la organización. Para guiar el negocio por este camino, el Grupo dispone de un modelo de gobernanza y una estrategia para fijar las principales líneas de actuación en la materia.

## GOBERNANZA Y ESTRATEGIA

El modelo organizativo del Grupo implica que los principales asuntos relevantes para el negocio sean supervisados por el máximo órgano de gobierno. En este sentido, reconocemos como uno de sus principales temas materiales los riesgos derivados del cambio climático y el Plan Director de Sostenibilidad y RSC 2021-2025 recoge como uno de los cinco ejes de actuación la acción por el clima.

Como parte de la estrategia medioambiental, en este ejercicio el 100% de la electricidad suministrada al Grupo en España y el 55% en Portugal procede exclusivamente de fuentes de energías renovables. Este compromiso está alineado con nuestro objetivo de reducir la huella ambiental de nuestra actividad implementando nuevas medidas respetuosas con el medio ambiente.

## ANÁLISIS DE RIESGOS

En 2020 hemos llevado a cabo una actualización de nuestro análisis de riesgos y oportunidades en cambio climático alineado con las recomendaciones del TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures).

Para cada riesgo y oportunidad que se han identificado, se han analizado los potenciales impactos financieros, su probabilidad, su impacto y su horizonte temporal, así como las áreas de negocio afectadas. Como resultado de este análisis se establecen líneas de actuación y de supervisión de los riesgos, así como el impulso de las oportunidades en materia de cambio climático.

## INDICADORES DE DESEMPEÑO

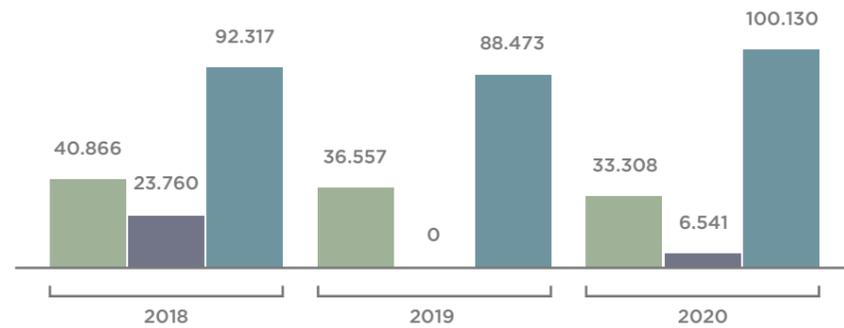
El Corte Inglés ha incrementado en 2020 su compromiso con la transparencia ambiental, informando por primera vez sobre su impacto en materia climática a través de CDP (Carbon Disclosure Project), organización sin ánimo de lucro que dirige la plataforma de divulgación ambiental líder en el mundo.

Esta acción va a tener continuidad y el Grupo va a seguir informando a CDP sobre su impacto en los próximos años, reforzando así su compromiso con el medio ambiente y la transparencia.

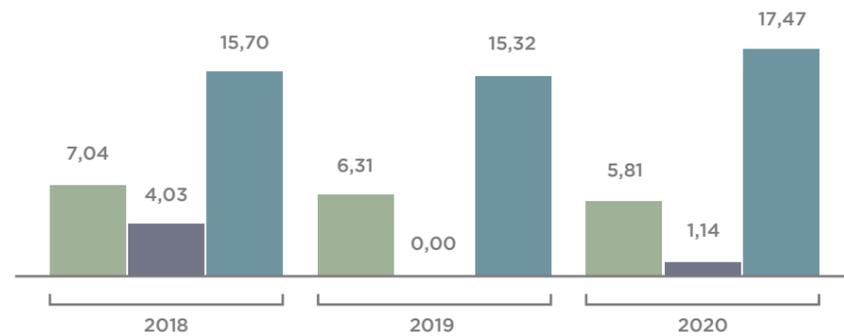
En los últimos años, hemos reducido notablemente nuestra huella de emisiones y ahora estamos valorando otras vías, como es la compensación de emisiones, mediante la inversión en proyectos externos de reducción. Asimismo, el Grupo está impulsando futuras colaboraciones con los proveedores de servicios, como es la compra de combustible "carbón neutral" a través de las navieras con las que se opera. Esto nos permitirá certificar la sostenibilidad de los embarques y la contribución al ahorro de emisiones de CO<sub>2</sub>.

Este año, además de las acciones realizadas para avanzar en la reducción de emisiones, las consecuencias de la pandemia han condicionado tanto nuestros consumos de energía como todos los alcances de nuestra huella de carbono.

### Emisiones de gases efecto invernadero<sup>12</sup> Tm CO<sub>2</sub> eq



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



Alcance I  
Alcance II  
Alcance III

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.

## LOGÍSTICA

La pandemia ha contribuido a que haya crecido la venta *on-line* y, por consiguiente, que se hayan incrementado significativamente los transportes para envíos a domicilio, a través tanto de nuestras operaciones logísticas como de las subcontratadas. Esto ha supuesto un aumento en nuestras emisiones de un 14,42% respecto a 2019.

Para conseguir nuestro objetivo de reducción de emisiones, hemos llevado a cabo diferentes acciones que se diferencian por tipo de transporte: nacional o internacional.

### Transporte nacional

- **Ampliación de los puntos de entrega (El Corte Inglés, Supercor y oficinas de Correos):** permitiéndonos realizar entregas conjuntas en vez de individualizadas. Esto reduce los kilómetros recorridos y, por tanto, las emisiones de CO<sub>2</sub>.
- **Ampliación de las rutas con vehículos *Megatruck*:** ahorramos viajes con la utilización de 2 *megatrucks* (tráiler de más de 25 metros de longitud y superior a las 40 toneladas) en cada ruta diaria.
- **Vehículos eco:** incorporamos vehículos de gas y/o eléctricos a servicios de transporte subcontratados en actividades de expedición de almacenes locales o de servicio postventa.
- **Transporte marítimo:** incorporamos este tipo de transporte propulsado a gas para el 17% de la mercancía surtida desde el almacén de Valdemoro (Madrid) a los centros de Canarias.

### Transporte internacional

El objetivo de reducir los volúmenes transportados por avión y por carretera se ha cumplido casi enteramente por motivos del Covid-19, ya que gran parte de los vuelos se cancelaron temporalmente y el transporte por carretera era mínimo; esto ha supuesto un menor impacto medioambiental y así se refleja en nuestras cifras:

- 97% marítimo
- 2% aéreo
- 1% terrestre

Si diferenciamos por modo de transporte, son muchas las medidas implantadas con las que hemos conseguido reducir las emisiones de gases efecto invernadero en un 48,54% respecto al año anterior.

<sup>12</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 15 de junio de 2020. Para las fuentes móviles y los desplazamientos realizados por los empleados (asistencia al puesto de trabajo y viajes), los factores de emisión utilizados proceden de la herramienta UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting 2020. El alcance de los datos de 2020 corresponde a las empresas de *retail* en España y Portugal, Grupo Seguros, Viajes El Corte Inglés y Grupo SICOR. Los datos correspondientes a 2019 y 2018 se han recalculado por la salida del alcance del Grupo IECISA.

## Marítimo

Navieras con las que trabajamos:

- Disponen de políticas comprometidas con el medio ambiente y la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>.
- Cumplen con la regulación de la Organización Marítima Internacional (OMI), salvo algunas excepciones sobre las que ya se está trabajando.
- Usan una velocidad menor que la máxima reduciendo los gastos de fuel (Slow Steaming).
- En Asia son energéticamente eficientes y menos contaminantes.

Partners:

- Forman parte de Clean Cargo Working Group para promocionar un transporte responsable.
- Forman parte de Global Logistics Emissions Council (GLEC), metodología para el cálculo y divulgación de las emisiones del transporte de mercancías.

Otros:

- Consolidación de mercancías en los almacenes para optimizar la estiba de los contenedores.
- Protocolo de consolidación en origen para maximizar la ocupación de contenedores y así reducir el flete; un 80% de contenedores cuenta con mercancía en un único almacén de destino.
- Protocolo en las plataformas de El Corte Inglés para realizar el menor movimiento posible dentro del almacén.

## Aéreo

- Reducción del volumen de transporte aéreo.
- Consolidación de mercancía para realizar menos trayectos.

## Terrestre

Bulgaria:

- Utilización de Megatrailers con remolques.

Turquía:

- Utilización de Ferrys en las principales vías en lugar de usar transporte terrestre.

- Trabajamos con transportistas que reducen el kilometraje en carretera combinándolo con ferroviario y marítimo.

Valencia - Valdemoro:

- Se está trabajando en implantar un modelo intermodal (ferrocarril y carretera).

## CONSUMO Y EFICIENCIA ENERGÉTICA

La evolución de la pandemia ha tenido un efecto muy significativo sobre el consumo energético de este ejercicio. Las operativas de los centros se han visto afectadas por cierres temporales, cierres parciales, modificaciones de horarios de apertura y de cierre. Esto ha obligado a tener un control exhaustivo sobre el consumo, con una monitorización y análisis diario de su evolución.

El Proyecto de Control de Consumos implantado permite incrementar el conocimiento del uso que se realiza de la energía, identificar comportamientos, comparaciones y anomalías en cada uno de los distintos sistemas consumidores que ayuda a determinar ajustes en las instalaciones y a las mejoras continuas en las operativas. Contamos con más de 4.000 puntos de teledatada integrados en la mayoría de los centros de El Corte Inglés.

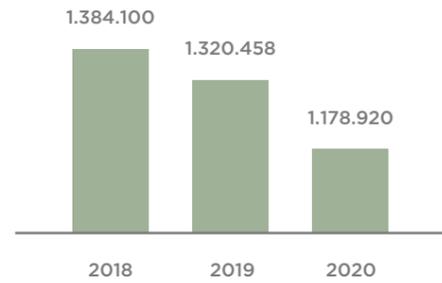
Este sistema de control ha venido acompañado de auditorías energéticas en horario nocturno (que complementan las realizadas en años anteriores) y distintas actuaciones por parte de los responsables de mantenimiento.

La reducción del consumo de este ejercicio ha sido mayor que en anteriores: -10% respecto a 2019, en parte, como consecuencia del estado de alarma y de las restricciones en los horarios y en la actividad comercial. Esta disminución significa reducir el consumo en más de 141.538.632 kWh, equivalente al consumo de unos 43.000 hogares. Siguiendo la evolución de los últimos 5 años, el Grupo ha logrado reducir su consumo en más de un 24%.

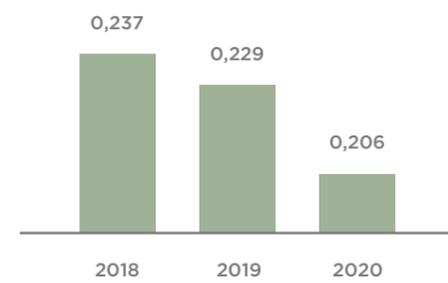
Además, El Corte Inglés, en su continua especialización en la gestión energética, ha iniciado este ejercicio un proceso de participación directa en los mercados mayoristas de producción mediante la figura de consumidor directo, ampliando así su participación activa en el sector energético.

**Consumo eléctrico del Grupo<sup>13</sup>**

**MWh**

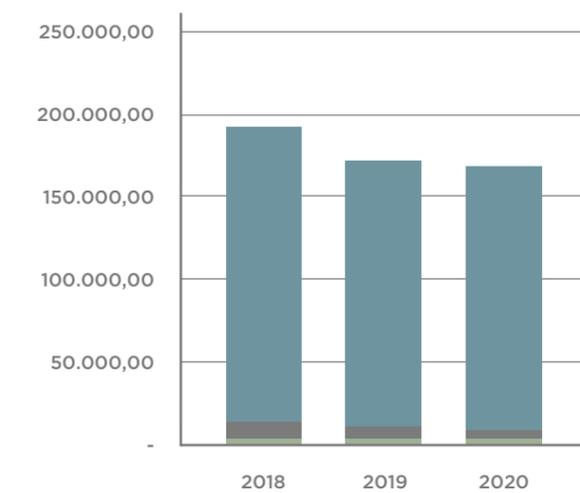


**MWh/m<sup>2</sup>**

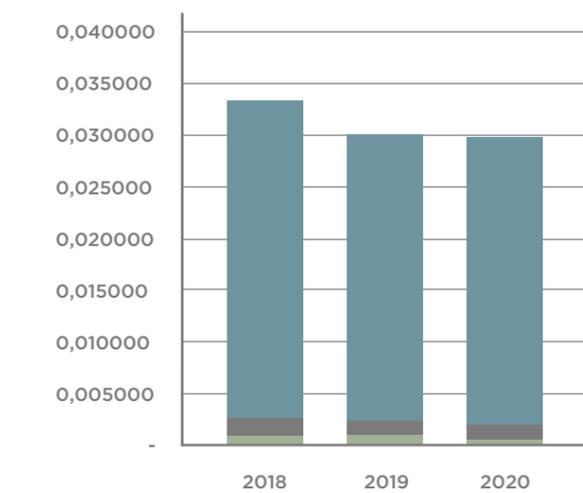


**Consumo de combustible<sup>14</sup>**

**MWh**



**MWh/m<sup>2</sup>**



|             | 2018       | 2019       | 2020       |
|-------------|------------|------------|------------|
| Gas natural | 179.241,30 | 161.427,66 | 160.300,57 |
| Gasóleo     | 10.520,11  | 8.065,74   | 7.251,81   |
| Gas propano | 5.177,09   | 4.932,99   | 3.258,39   |

|             | 2018     | 2019     | 2020     |
|-------------|----------|----------|----------|
| Gas natural | 0,030678 | 0,027960 | 0,027961 |
| Gasóleo     | 0,001801 | 0,001397 | 0,001265 |
| Gas propano | 0,000886 | 0,000854 | 0,000568 |

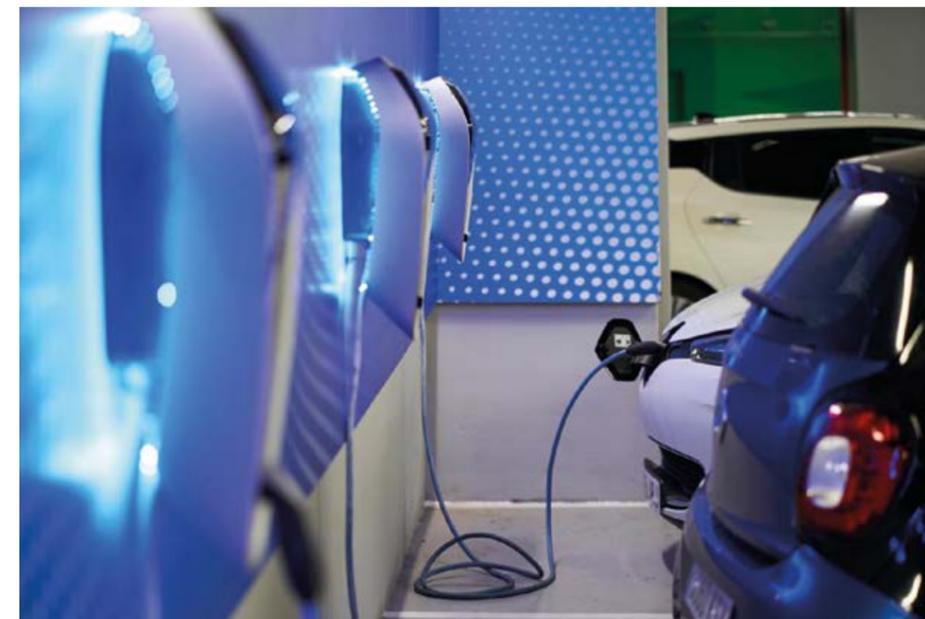
**CONTRIBUCIÓN A LA MOVILIDAD DEL FUTURO**

El Corte Inglés ha continuado con el proceso de implantación de nuevos puntos de recarga para vehículos eléctricos en los centros comerciales, respondiendo así a su compromiso con la movilidad sostenible.

A cierre del ejercicio disponíamos de más de 200 puntos de recarga en nuestros establecimientos, que equivalen a una cesión gratuita a nuestros clientes de 327.608 kWh. Este consumo se

ofrece para apoyar y promover la movilidad eléctrica, con un valor añadido porque esta energía es 100% renovable con garantía de origen en España.

El Corte Inglés continuará trabajando en este compromiso, fomentando el uso de tecnologías más respetuosas con el medio ambiente y sensibilizando a los clientes.



<sup>13</sup> El alcance de los datos corresponde a las empresas de *retail* en España y Portugal, Grupo Seguros, Viajes El Corte Inglés y Grupo SICOR. Los datos de 2019 y 2018 se han recalculado por la salida del alcance del Grupo IECISA.

<sup>14</sup> El alcance de los datos corresponde a las empresas de *retail* en España y Portugal, Grupo Seguros, Viajes El Corte Inglés y Grupo SICOR. Los datos de 2019 y 2018 se han recalculado por la salida del alcance del Grupo IECISA.

## CERTIFICACIONES AMBIENTALES

| Área/empresa certificada         | Tipo certificado  | Alcance certificado  | Entidad certificador                  |
|----------------------------------|---|--|---------------------------------------|
| El Corte Inglés                  | Sistema de Trazabilidad de Gestión de Residuos<br><b>Residuo Cero</b> | Centros comerciales: Marineda, Ramón y Cajal, Santiago de Compostela y Vigo, en Galicia; Oviedo, Salesas, Avilés y Gijón, en el Principado de Asturias.<br><br>Almacenes de Altamira y Porriño, en Galicia; y Llanera, en Asturias | AENOR<br>RC-2019/0001                 |
|                                  |   | Centros comerciales: Monasterio, Zorrilla y Constitución (los tres en Valladolid), Burgos, León y Salamanca, en Castilla y León; y Santander, en Cantabria.<br><br>Almacenes de Cobalto (Valladolid) y Puente Castro (León).       | AENOR<br>RC-2020                      |
|                                  |   | Centros comerciales: Sagasta, Gran Casa, Puerto Venecia e Independencia, en Aragón; Itaroa y Pamplona, en Navarra.<br><br>Almacén Malpica (Zaragoza).  | AENOR<br>RC-2021/0004                 |
|                                  |   | Centros comerciales: Gran Vía, Vitoria y Éibar en el País Vasco.<br><br>Almacén Galdakao (Bizkaia).  | AENOR<br>RC-2021/0007                 |
|                                  |   | Centros comerciales: Lisboa y Gaia.<br><br>Almacenes: Alcochete (Alcochete) y Olival (Gaia).   | AENOR<br>RC-2021/0011                 |
| El Corte Inglés-Grandes Armazéns | Sistema de Trazabilidad de Gestión de Residuos<br><b>Residuo Cero</b> | Centros comerciales: Lisboa y Gaia.<br><br>Almacenes: Alcochete (Alcochete) y Olival (Gaia).   | AENOR<br>RC-2021/0011                 |
| El Corte Inglés Empresas         | Sistema de Gestión Medioambiental<br><b>UNE-E ISO 14001</b>           | Oficinas: Conde de Peñalver (Madrid).<br><br>Almacén: Las Canteras (Madrid).   | AENOR<br>GA-2007/0668<br>ES-2007/0668 |
| SICOR Seguridad                  | Sistema de Gestión medioambiental <b>ISO 14001</b>                    | Diseño, montaje, instalación y mantenimiento de sistemas de videovigilancia y alarmas. Servicio de vigilancia privada en la Comunidad de Madrid.   | BUREAU<br>VERITAS<br>ES118061-1       |



Los empleados de El Corte Inglés participan activamente en iniciativas de compromiso social.

**10.824,5**  
millones € de valor  
económico distribuido

**1.623**  
millones € de  
aportación  
a las arcas públicas

**62**  
establecimientos  
Supercor certificados  
en accesibilidad

**+ de 1.500**  
actividades sociales,  
culturales y  
deportivas

**+ de 1,7**  
millones de kg  
de alimentos  
donados desde  
nuestras tiendas

**+ de 200**  
instituciones y  
asociaciones en las  
que el Grupo está  
presente

## La Sociedad

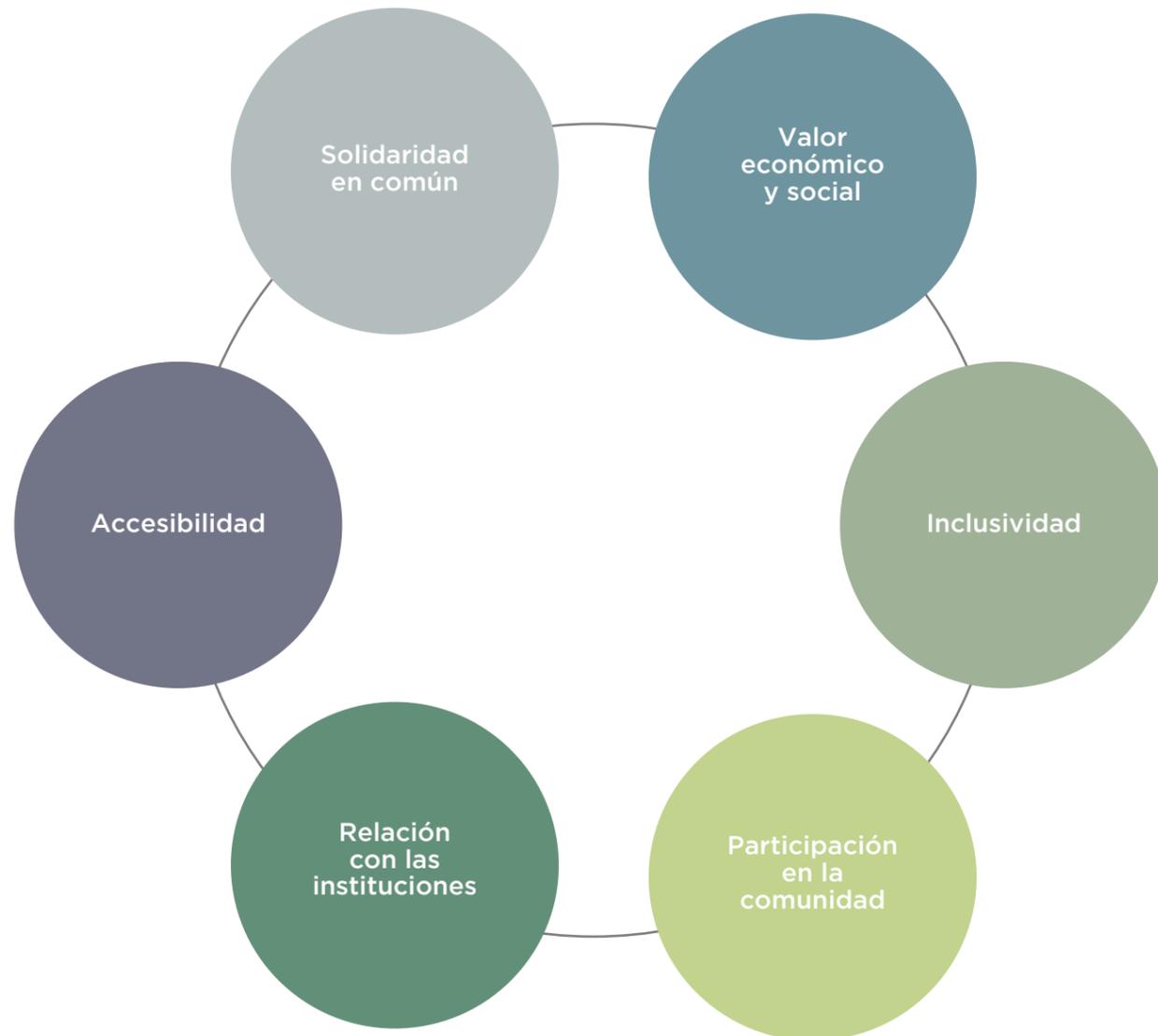
Nos sentimos vinculados a las personas, a sus necesidades e inquietudes. Actuamos como motor de desarrollo en los lugares donde realizamos nuestra actividad, y nos comprometemos con la sociedad de la que formamos parte.

La vocación de servicio que caracteriza a El Corte Inglés se extiende también al compromiso con nuestra comunidad. Contribuimos a la mejora de la sociedad promoviendo el desarrollo local a través de numerosas iniciativas y nos involucramos de forma activa con diversas instituciones y organizaciones. Nuestro propósito es desarrollar la actividad contribuyendo con el progreso económico y social de las comunidades en las que estamos presentes.

Esta vinculación con la sociedad ha cobrado especial importancia este año tras iniciarse la crisis sanitaria. Hemos colaborado con las Administraciones Públicas y con numerosas asociaciones para ayudar a los colectivos más vulnerables. Para ello, hemos facilitado recursos y prestado ayuda en todo el territorio nacional a través de diversas iniciativas.

#### Asuntos materiales vinculados

- Fiscalidad responsable
- Desempeño económico responsable



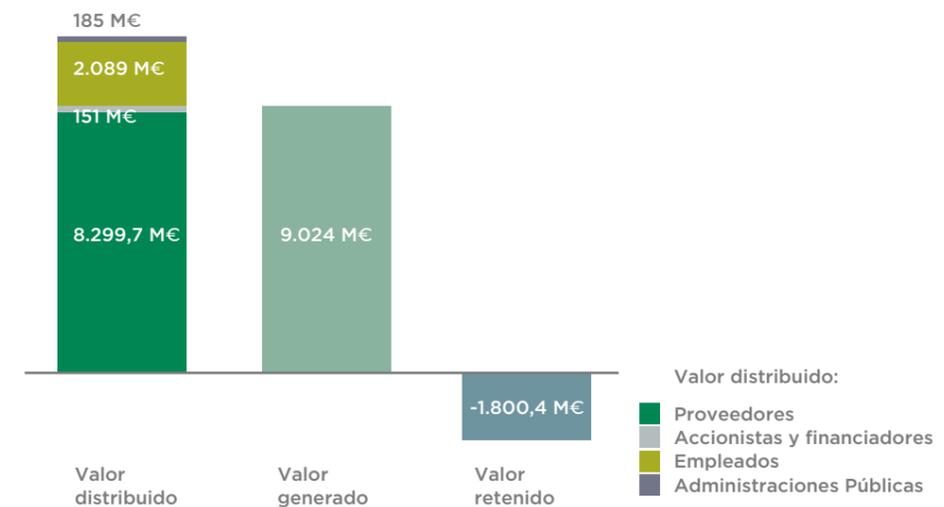
### GENERACIÓN DE VALOR ECONÓMICO Y SOCIAL<sup>15</sup>

El Grupo El Corte Inglés actúa como motor de desarrollo económico y social generando riqueza y empleo en los países donde realiza su actividad, con presencia destacada en España y Portugal. Asimismo, ejerce un efecto tractor en su cadena de suministro.

La fuerza de su arrastre económico-social lo constatan diversos indicadores entre los que destacan su cifra de facturación, el número de sus proveedores y el volumen de las compras, los puestos de empleo directos, indirectos e inducidos que genera (siendo uno de los mayores empleadores privados de España), y la aportación a las arcas públicas, entre otros.

La actividad en los sectores en los que opera el Grupo le ha permitido generar un valor económico de 9.024,1 millones de euros (15.580,7 millones de euros en 2019), de los que el 117,7% corresponden a ingresos de explotación.

El contexto vivido en el ejercicio 2020 ha provocado que el Grupo El Corte Inglés haya priorizado dar un servicio y de calidad a la sociedad, siendo distribuidos entre los agentes sociales un total de 10.824,5 millones de euros (14.696,6 millones en 2019). Como consecuencia, el valor retenido en el ejercicio 2020 fue de -1.800,4 millones de euros (884.153,7 millones en 2019).



<sup>15</sup> Calculado de acuerdo al indicador 201-1 GRI Standards.

## ESTRATEGIA Y POLÍTICA FISCAL CORPORATIVA

Desde sus orígenes El Corte Inglés ha defendido el comportamiento ético empresarial. Ello le ha llevado a la observación y el cumplimiento riguroso de la legislación vigente en cada momento y, en especial, la de naturaleza tributaria. De este modo, el Grupo empresarial ha podido contribuir significativamente al desarrollo económico y social de los países donde desarrolla su actividad.

Tradicionalmente, la estrategia fiscal seguida por el Grupo El Corte Inglés se ha fundamentado en los siguientes aspectos:

- Asegurar el cumplimiento de la normativa tributaria aplicable.
- Procurar una adecuada coordinación de las decisiones y prácticas en materia tributaria seguidas por las sociedades del Grupo. El Consejo de Administración, en su sesión del 25 de noviembre de 2020, aprobó la Política Fiscal Corporativa donde se establecen los principios generales de actuación en el ámbito tributario para las sociedades de su grupo empresarial, tales como:
  - Cumplir y hacer cumplir las leyes y normativas aplicables en cada momento y lugar, así como las normas de comportamiento interno y cualesquiera otras que voluntariamente se adopten, en especial, las de naturaleza fiscal o tributaria.
- Prevenir y mitigar los riesgos fiscales significativos.
- Mantener la diligencia debida para la prevención, detección y erradicación de cualquier incumplimiento de la legalidad o conducta irregular.
- Potenciar una relación con las Administraciones Públicas y Organismos Reguladores basada en el respeto a la ley, la lealtad y confianza mutua, la colaboración y la buena fe.
- Velar para que la información financiera, la contabilidad, los contratos y la documentación auxiliar registren fielmente la naturaleza de las transacciones que las empresas del Grupo realizan.
- Evitar las duplicidades e ineficiencias en el ámbito tributario.
- Considerar que los impuestos y tributos satisfechos por las empresas del Grupo El Corte Inglés suponen su principal aportación al sostenimiento de las cargas públicas y, en consecuencia, una de las contribuciones del Grupo a la sociedad.

A su vez, la Política Fiscal Corporativa establece los principios de actuación específicos para el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas del Grupo que se sustentan en cuatro ejes:

### 1. Buen Gobierno Corporativo

- Corresponde al Consejo de Administración de El Corte Inglés la aprobación y la actualización periódica de esta política, así como impulsar su seguimiento.
- Se configura una estructura para garantizar que el Consejo de Administración cumpla con sus facultades indelegables en materia fiscal. Así se establecen nuevos roles y funciones para: la Comisión de Auditoría y Control, el departamento de Auditoría interna y el departamento de Asesoría Fiscal.

### 2. Cumplimiento normativo

- Garantía del cumplimiento de las disposiciones legales, reglamentarias, así como de las normas internas de carácter fiscal.
- Aseguramiento de la presentación, en tiempo y forma, de las declaraciones tributarias.

### 3. Buenas prácticas tributarias

- La toma de decisiones de naturaleza fiscal se procurará sobre la interpretación más razonable de la norma tributaria.
- Fomentar la relación con las administraciones tributarias, favoreciendo la cooperación y la comunicación basada en la transparencia, la confianza legítima y la buena fe.

En este sentido, y a título de ejemplo, cabe indicar que el Grupo El Corte Inglés está adherido desde 2010 al Código de Buenas Prácticas Tributarias de la Agencia Estatal de Administración Tributaria.

### 4. Formación y concienciación del personal en materia tributaria

- El personal que desarrolla su trabajo en este ámbito recibe formación acorde a las necesidades de actualización pertinentes.

## 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 que forman parte 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 2020 ha ascendido a 1.623<sup>16</sup> millones de euros (1.927,2 millones en el ejercicio 2019) repartidos del siguiente modo:

- **682,8 millones de euros** son tributos soportados (763,2 millones en ejercicio 2019), de los cuales 189,6 millones corresponden a impuestos (29,8 millones son impuestos sobre beneficios) y 493,2 millones a Seguridad Social por cuenta de las empresas del Grupo.
- **940,2 millones de euros** son tributos recaudados (1.164,0 en ejercicio 2019), de los cuales 580,6 millones de euros corresponden a impuestos, 146,8 millones a Seguridad Social por cuenta de empleados y 212,8 millones de euros a retenciones sobre los salarios de los empleados.

Desde el punto de vista geográfico, el impuesto sobre beneficios del Grupo se reparte entre España (76,6%), Portugal (19,5%), México (3,0%) y otros países (0,9%). En el ejercicio 2019 el impuesto sobre beneficios pagado se repartió en un 60,8% para España, 34,5% Portugal, 4,2% México y 0,5% otros países.

Por otra parte, el Grupo ha obtenido subvenciones y ayudas públicas por importe de 55,1 millones de euros (18,1 millones en el ejercicio 2019), de los cuales 53,7 millones corresponden a subvenciones y 1,4 millones a ayudas por otros conceptos (11,9 millones y 6,2 millones de euros, respectivamente, en el 2019). El 93,6% de las subvenciones públicas recibidas corresponden a España y el 6,2% a Portugal (100,0% a España en 2019).

El desglose de las magnitudes económico-tributarias por países puede consultarse en el Anexo I de indicadores no financieros (páginas 221-222).

## ACCESIBILIDAD EN NUESTRO NEGOCIO

El compromiso con la sociedad se dirige, entre otros ámbitos, a facilitar la accesibilidad a todos los colectivos. Para ello, adaptamos los espacios eliminando barreras, con medidas estructurales y arquitectónicas y tecnológicas, y con la formación de nuestros profesionales para ofrecer ayuda a los colectivos con necesidades especiales.

En 2020, inauguramos un nuevo centro Supercor Exprés en Madrid, que cuenta con el máximo nivel de accesibilidad AIS (5 estrellas) y está certificado por la Fundación para la Accesibilidad y Responsabilidad Social (ARS), así como por IMG Ibérica. Además, se han incorporado Bepcons, unos dispositivos que utilizan tecnología Bluetooth Low Energy y que sirven para orientar por la tienda y los departamentos a clientes con ceguera o con discapacidad visual.

Con esta inauguración ya son 62 establecimientos Supercor certificados en accesibilidad, 13 de ellos se han sumado a lo largo de este último ejercicio.

Asimismo, las oficinas centrales del Grupo Seguros El Corte Inglés cumplen criterios de diversidad funcional, tanto física como sensorial, logrando así que personas con algún tipo de discapacidad puedan desplazarse con comodidad, seguridad y usabilidad, gracias a la reforma que se realizó en 2019.

Desde el Grupo El Corte Inglés ponemos a disposición de nuestros clientes un amplio número de opciones de compra *online* y telefónica para eliminar cualquier barrera de accesibilidad y así llegar a casi todas las personas desde cualquier lugar sin necesidad de desplazarse, siendo especialmente importante para determinados colectivos como personas mayores o con discapacidad física.

Durante el ejercicio se encargó a ILUNION la realización del diagnóstico de accesibilidad a nuestras páginas web [elcorteingles.es](http://elcorteingles.es) y [elcorteingles.es/supermercado/](http://elcorteingles.es/supermercado/) con el fin de que identificara las barreras y las mejoras a implantar para que fueran plenamente accesibles.

Estas acciones se enmarcan en el compromiso de El Corte Inglés de vinculación con la sociedad y en el espíritu de cercanía que mantiene con las inquietudes de los ciudadanos.



Nuestro centro Supercor Exprés de la calle Barquillo (Madrid) cuenta con el máximo nivel de accesibilidad AIS (5 estrellas).

<sup>16</sup> El IVA e IGIC considerado es la liquidación neta ingresada en las arcas públicas.

## VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

En el ejercicio 2020, el Grupo El Corte Inglés ha centrado una parte importante de sus esfuerzos en dar respuesta a las consecuencias derivadas de la pandemia que ha afectado especialmente a los colectivos más vulnerables. De esta forma, el Grupo destinó 2,4 millones de euros a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro. Esta cifra supone un incremento del 11% respecto al ejercicio 2019 (2,2 millones en 2019), motivado principalmente por las aportaciones extraordinarias para paliar los efectos del Covid-19.

También hemos mantenido nuestro compromiso con otras causas sociales, deportivas y culturales con las que llevamos colaborando desde hace años. Centralizamos nuestra relación con la sociedad en tres ámbitos fundamentales de actuación: deporte, cultura y compromiso social. Así hemos realizado más de 1.500 actividades en el ejercicio, frente a las 7.300 del ejercicio anterior por las medidas establecidas a causa de la pandemia. Por otro lado, el importe destinado a patrocinios de iniciativas y eventos ascendió a más de 2,6 millones de euros.

## DEPORTE

Apoyamos activamente el deporte y los valores que promueve, como son el trabajo en equipo, la convivencia y el espíritu de superación personal, que coinciden con nuestros principios.

Durante el ejercicio 2020 hemos sido patrocinadores y colaboradores de numerosas instituciones y eventos deportivos; algunos, como carreras populares o torneos de diversa índole, han tenido que transformarse en encuentros virtuales, y otras iniciativas tuvieron que ser suspendidas debido a la crisis sanitaria. Entre las principales iniciativas patrocinadas, destacan:

### Principales iniciativas. Patrocinio deportivo

- Patrocinador oficial de LaLiga de fútbol
- Circuito de Pádel Profesional World Padel Tour
- Espectáculo de patinaje sobre hielo "Revolution On Ice"
- Equipo de fútbol sala Inter Movistar
- Carrera "La Cursa El Corte Inglés" en Cataluña
- Bandera El Corte Inglés. Regata de traineras en Portugalete
- Bandera de Traineras El Corte Inglés

Asimismo, colaboramos con fundaciones o escuelas deportivas para impulsar diversas causas sociales que promueven la educación y la inclusión a través del deporte. Por ejemplo, contribuimos con LaLiga Genuine y con la Fundación Deporte y Desafío para apoyar la inclusión de personas con discapacidad, así como con otros proyectos promovidos por la Fundación Atlético de Madrid.

## CULTURA

Estamos convencidos de que la cultura es un motor fundamental para el desarrollo de la sociedad. Por ello, impulsamos actividades artísticas, literarias, musicales y de otra índole, y apoyamos a diversas instituciones públicas y privadas que promueven el valor de la cultura.

El 2020 ha sido un ejercicio atípico en la actividad del área de Ámbito Cultural debido a que la pandemia ha obligado a suspender las actividades presenciales en nuestros centros y nos ha llevado a reconvertirlas en iniciativas digitales. De marzo a junio de 2020 pusimos en marcha los eventos a través de la plataforma Zoom y, una vez pasado el verano, retomamos nuestra programación en la sala, sin público, retransmitiendo en *streaming* a través de las redes sociales. De hecho, durante el ejercicio 2020 intensificamos nuestra programación para acompañar y acercar la cultura a los ciudadanos.

### Salas de Ámbito Cultural España

|  |  |
|--|--|
| 75 actividades retransmitidas vía Zoom y Facebook  | 58 retransmitidas por <i>streaming</i> en sala |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1,9 millones de reproducciones</li> <li>• Programación casi diaria</li> <li>• 24 salas</li> </ul> |  |

Algunas de las actividades organizadas: #YoMeQuedoEnCasayLeo, II Edición del Premio Nacional de Poesía Viva, Premio Primavera de Novela y Premio 25 Primaveras, Un año de libros, Hotel Florida, Premio Ateneo de Sevilla, Premio Nacional de Pintura de Valencia, Premio L de Lírica (poesía en Instagram)

En El Corte Inglés-Grandes Armazéns la actividad de Ámbito Cultural siguió un proceso análogo a España. Se creó una nueva programación totalmente *online* con música, literatura, poesía, historia, cine y otros temas de actualidad. Se organizaron 136 actividades de vídeo con la participación de decenas de figuras destacadas de la sociedad portuguesa. Los vídeos fueron difundidos en nuestras redes sociales llegando a 1,5 millones de personas.



Ámbito Cultural continuó con sus actividades durante el confinamiento con eventos *online* y, cuando las circunstancias lo permitieron, con acciones presenciales con todas las medidas de seguridad.

### Actividades infantiles Pitiflú

| Presenciales  | Campaña #estamosatulado  | En redes sociales  |
|---|--|--|
| 114 actividades   | 125 vídeos Pitiflú en casa   | 95 vídeos Pitiflú  |
| 2.334 participantes   | Más de 321.000 visualizaciones   | Más de 59.000 visualizaciones  |
| Principales actividades: manualidades, talleres creativos, de ciencias, talleres con materiales sostenibles, cuentacuentos y actividades, fomento de la lectura, títeres, espectáculos de magia, teatro infantil y conciertos para toda la familia. | Vídeos con contenido infantil para acompañar a los niños durante el confinamiento. | Principales actividades: 4 vídeos semanales sobre diferentes temáticas (ciencia, talleres y manualidades, cuentos y acciones de entretenimiento como magia, música, series y otros). |

Además de las numerosas actividades que se desarrollan en nuestros centros comerciales, en 2020 hemos mantenido nuestra colaboración con instituciones de todos los ámbitos de la cultura. A pesar de las limitaciones sociales que han obligado a cancelar eventos musicales o artísticos, hemos llevado el arte urbano a nuestros centros patrocinando por primera vez la Liga Nacional de Graffiti con el fin de acercar este tipo de pintura a la sociedad y en especial al público más joven.

### Colaboración con instituciones culturales

|   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Teatro Real de Madrid</li> <li>Museo del Prado</li> <li>Palacio de Congresos y Auditorio de Navarra -Baluarte- en Pamplona</li> <li>Museu d'Art Modern i Contemporani Es Baluard de Palma de Mallorca</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Academia de Bellas Artes de San Carlos en Valencia</li> <li>Festival PHotoESPAÑA</li> <li>Feria Internacional de Arte Contemporáneo de Madrid (ARCO)</li> <li>Liga Nacional de Graffiti</li> </ul> |
|---|---|

### COMPROMISO SOCIAL

La contribución del Grupo El Corte Inglés con la sociedad en el ejercicio 2020 ha girado en torno a la mitigación de los efectos del Covid-19 causados en la población, a través de la donación de recursos y la colaboración con diversas instituciones y asociaciones. Además, El Corte Inglés ha logrado continuar con los compromisos contraídos en años anteriores con sus socios estratégicos en tres ejes básicos:

- Infancia y Juventud
- Salud y Bienestar
- Progreso local inclusivo

|                                    | Nº de Iniciativas |
|------------------------------------|-------------------|
| Iniciativas Compromiso Social      | 368               |
| Iniciativas motivadas por Covid-19 | 68                |
| <b>Total</b>                       | <b>436</b>        |

Estas iniciativas responden al compromiso de El Corte Inglés con las necesidades de la sociedad, especialmente de su entorno más cercano, así como a su vocación por participar en aquellas acciones encaminadas a ayudar a los más desfavorecidos.

El Grupo tiene implantada la herramienta masimpact™ de London Benchmarking Group (LBG) mediante la cual se gestionan y miden las iniciativas sociales que impulsamos. Para ello, se siguen los criterios establecidos en el marco metodológico ONLBG, reconocido internacionalmente, para medir el impacto y dar información de las actividades sociales empresariales.



Patrocinamos la Liga Nacional de Graffiti para acercar este tipo de pintura, muy seguida por los más jóvenes, al resto de la sociedad.

## INFANCIA Y JUVENTUD

Tenemos un compromiso firme con la protección de los derechos de la infancia, que materializamos a través de nuestras políticas y actividades empresariales. Desarrollamos iniciativas vinculadas con la educación y el bienestar de niños y adolescentes.

| Iniciativa                                 | Entidad   | Compromiso específico   |
|--|---|---|
| Donación de juguetes solidarios            |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>10ª edición de la campaña “Juguetes Solidarios”:</b> Se recaudaron 85.000€. Con esta campaña donamos a UNICEF el 20% de las ventas de una selección de juguetes.</li> </ul>   |
| Donación de juguetes solidarios            |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Donación a unidades de oncología pediátrica:</b> A través de la Fundación Aladina se entregaron 3.000 juguetes valorados en unos 60.000€ para más de 15 hospitales de España, ya que los niños tuvieron restringida la visita de familiares durante la pandemia.</li> <li>• <b>Programa Master Chef Junior 8:</b> Entregamos 32 palés de juguetes con más de 3.000 unidades a la Fundación Aladina.</li> <li>• <b>Autobús solidario:</b> Se situó un autobús solidario de la Empresa Municipal Transportes de Madrid (EMT) en el centro de Castellana. Por cada juguete donado por el cliente, El Corte Inglés y la EMT donaban uno cada uno a la Fundación Aladina.</li> <li>• <b>Mayor donación de juguetes:</b> En torno a 50.000 juguetes entregados a diversas ONG (A Compartir, Fundación Aladina, Crecer Jugando, Bomberos Ayudan o El Pato Amarillo) con el fin de hacer más llevaderas unas Navidades marcadas por la pandemia.</li> </ul> |
| Segunda vida de tus juguetes               |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Comparte y Recicla:</b> Colaboración con la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ) para la campaña Comparte y Recicla, por sexto año consecutivo, bajo el lema “Tus juguetes darán mucho juego”.</li> </ul>  |
| Apuesta por la educación de nuestros hijos |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Reducción brecha digital escolar:</b> En colaboración con Cruz Roja Española, y a través de la Fundación Ramón Areces, se entregaron 1.600 <i>tablets</i>, valoradas en 181.000€, destinadas a equipar a alumnos con pocos recursos del segundo ciclo de Educación Primaria y Educación Secundaria Obligatoria, y de esta forma contribuir a reducir la brecha digital escolar. La pandemia obligó a realizar las clases <i>online</i>, por lo que muchas familias no estaban preparadas tecnológicamente para que sus hijos pudieran conectarse y seguir la formación a distancia.</li> </ul>  |

## SALUD Y BIENESTAR

Promovemos el estilo de vida saludable a través de nuestro surtido, de actividades de sensibilización y de la colaboración con diversas iniciativas. Además, financiamos distintos proyectos de investigación médica, especialmente en el ámbito de la lucha contra el cáncer.

| Iniciativa             | Entidad  | Compromiso específico  |
|------------------------|--|--|
|                        |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Campaña “#ECISeVisteDeRosa”:</b> Se mantiene el firme compromiso con la Asociación Española Contra El Cáncer (AECC) para apoyar varios proyectos de investigación contra el cáncer de mama. Con la campaña “#ECISeVisteDeRosa” se han conseguido recaudar 197.000€, así como sensibilizar a clientes, empleados y a la sociedad en general como parte de nuestro compromiso.</li> </ul>  |
| Lucha contra el cáncer |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Investigación cáncer infantil:</b> Donamos una parte de lo recaudado en colecciones de moda infantil y actos puntuales a la Fundación Sueño de Vicky, para financiar proyectos de investigación contra el cáncer infantil.</li> </ul>  |
|                        |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Mes Rosa:</b> El Corte Inglés-Grandes Armazéns colabora con la Liga Portuguesa contra el Cáncer y a través de la iniciativa Mes Rosa hemos donado 1€ por cada artículo vendido y lanzado <i>merchandising</i> para empleados y cupones para los clientes, recaudando más de 36.000€.</li> </ul>  |
|                        |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>La mejora de la calidad de vida niños que padecen cáncer:</b> El Corte Inglés Seguros colabora con ASION (Asociación Infantil Oncológica de Madrid) para mejorar la calidad de vida de los niños que padecen cáncer y sus familias. Estas colaboraciones han sido reconocidas con el premio ASION 2020 en la categoría de EMPRESAS por la trayectoria de El Corte Inglés Seguros en cuanto a solidaridad e implicación en la lucha contra el cáncer infantil.</li> </ul> |

## PROGRESO LOCAL INCLUSIVO

Apoyamos el desarrollo local de los lugares en los que operamos, incidiendo especialmente en el ámbito económico y social. Para ello llevamos a cabo diferentes iniciativas en colaboración con asociaciones e instituciones para tener un alcance mayor.

| Iniciativa  | Entidad   | Compromiso específico   |
|---|---|---|
| Recogida de alimentos y lucha contra el desperdicio alimentario |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Estrecha colaboración con Banco de Alimentos:</b> En la Operación Kilo virtual del mes de mayo conseguimos donar 800.000€, a través de un nuevo sistema de donación alineado con los tiempos de pandemia. En la Gran Recogida de diciembre se recaudaron 1,8 millones de euros, un 33% más que el año anterior (frente a los 1,2 millones de euros de 2019).</li> <li>• <b>Lucha contra el Desperdicio alimentario:</b> La gestión del desperdicio alimentario continúa siendo un proyecto prioritario en nuestras enseñanzas de alimentación. En el ejercicio hemos donado a Banco de Alimentos y otras entidades benéficas 1.741.586 kg de alimentos (1.038.320 kg en 2019) que, siendo seguros para su consumo, no llegaron a comercializarse y fueron repartidos entre numerosos hogares. Una iniciativa solidaria que persigue un mejor aprovechamiento de los alimentos y su redistribución.</li> </ul> |

|   |   |  |
|---|---|--|
| Lucha contra el desperdicio alimentario |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Semana contra el desperdicio alimentario:</b> Hemos vuelto a sumarnos a la Semana contra el Desperdicio Alimentario, que impulsa AECOC (Asociación de Fabricantes y Distribuidores), coincidiendo con el primer Día Internacional de Concienciación sobre la Pérdida y el Desperdicio de Alimentos.</li> <li>• <b>Acciones de concienciación y sensibilización</b> sobre la necesidad de reducir el desperdicio alimentario, fundamentalmente en el ámbito doméstico.</li> </ul> |
| Reciclaje textil                        |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Economía circular en colaboración con Cáritas:</b> Este proyecto de reciclaje textil continúa avanzando y suma ya más de 49 contenedores implantados en nuestros grandes almacenes y centros de oportunidades de toda España. Este proyecto tiene una vertiente social fundamental, ya que da trabajo y formación a personas en riesgo de exclusión social. En 2020 se han recogido un total de 239.943 kg de ropa y calzado.</li> </ul>   |

### Acciones específicas para mitigar los efectos de la pandemia

| Iniciativa  | Entidad  | Compromiso específico   |
|---|--|---|
| Donaciones locales de material en todo el territorio nacional             |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Hospitales de campaña regionales:</b> Donación de camas y colchones, ropa de cama, productos de limpieza y desinfección, gorros y pijamas, <i>tablets</i> y móviles.</li> <li>• <b>Albergues en la mayoría de las comunidades:</b> prendas de vestir, ropa de cama y toallas, menaje, electrodomésticos y agua.</li> <li>• <b>Mujeres víctimas de violencia de género:</b> ropa y calzado.</li> <li>• <b>Residencias de ancianos:</b> alimentos, productos de higiene y desinfección, ropa de hogar, prendas de vestir y otros materiales.</li> <li>• <b>Colaboración con Médicos sin Fronteras: Donación a través de la Fundación Ramón Areces,</b> mobiliario como estanterías, sillas, pies de goteo, <i>tablets</i>, mesas y camillas para la medicalización de dos edificios en la Comunidad de Madrid.</li> <li>• <b>En Portugal:</b> Se donó ropa de cama a un hospital de campaña en Oporto; material a dos refugios para personas sin hogar y se prepararon platos de comida en colaboración con asociaciones (400 sopas y piezas de fruta al día durante los meses de confinamiento). Se han desarrollado campañas de recaudación de fondos para Cruz Roja Portuguesa, Unicef y APAV (Asociación de Apoyo a las Víctimas).</li> </ul> |
| Tarjetas solidarias en Supermercados El Corte Inglés, Hipercor y Supercor |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Unidos Ayudamos Más:</b> Tarjetas solidarias por importe de 3 euros en las cajas de los supermercados con las que se consiguieron recaudar 247.948€. El cliente podía elegir la entidad a la que destina su ayuda: Cáritas, Cruz Roja, la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL), Fundación ONCE y UNICEF España.</li> </ul>   |
| Tarjetas regalo   | <br><br><b>Ayuntamientos</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Plan Cruz Roja Responde:</b> Donación de 4.000 tarjetas regalo de 80€ por valor de 320.000€ para ayuda en la compra de alimentos y productos de primera necesidad para colectivos muy desfavorecidos (unas 4.000 familias).</li> <li>• <b>100.000€ en tarjetas regalo:</b> Donación, a través de la Fundación Ramón Areces, y gracias a la aportación de Goldman Sachs, para ayudar a cubrir esas necesidades básicas relacionadas con alimentación, productos de limpieza, sábanas, toallas, desechables.</li> <li>• <b>Tarjetas regalo por valor de 40.000€:</b> A Fundación Integra para compra de alimentos y productos de primera necesidad para colectivos muy vulnerables (Mujeres víctimas de violencia de género, ex-reclusos, ex-adictos, personas sin hogar).</li> <li>• <b>Tarjetas regalo para familias necesitadas:</b> Entrega de tarjetas regalo de El Corte Inglés que se podían canjear en los supermercados del Grupo por productos de alimentación y primera necesidad. En Madrid se entregaron a 500 familias.</li> </ul>  |

La implicación con las causas sociales también se traslada al compromiso de los empleados con los más vulnerables. De esta forma, a lo largo del año, el Grupo de Empleados de El Corte Inglés ha realizado distintas acciones de voluntariado corporativo, vinculadas a algunas de las iniciativas anteriormente mencionadas (Operación Kilo, recogida y donación de juguetes). Una de las acciones destacadas es el programa de reducción de brecha digital que se realiza en colaboración con Cruz Roja, mediante el cual, algunos empleados del Grupo atienden dudas o incidencias que puedan tener los niños sobre el uso de dispositivos y herramientas digitales.



Colaboramos con la Fundación Aladina en la donación de juguetes a niños en tratamiento oncológico.

## PARTICIPACIÓN ACTIVA EN ORGANIZACIONES E INSTITUCIONES

El Grupo El Corte Inglés participa de manera activa en numerosas asociaciones e instituciones nacionales, autonómicas, locales e internacionales de referencia del sector. Nuestro objetivo es analizar y entender el contexto económico, político y regulatorio para anticiparnos en la toma de decisiones más adecuadas para el negocio.

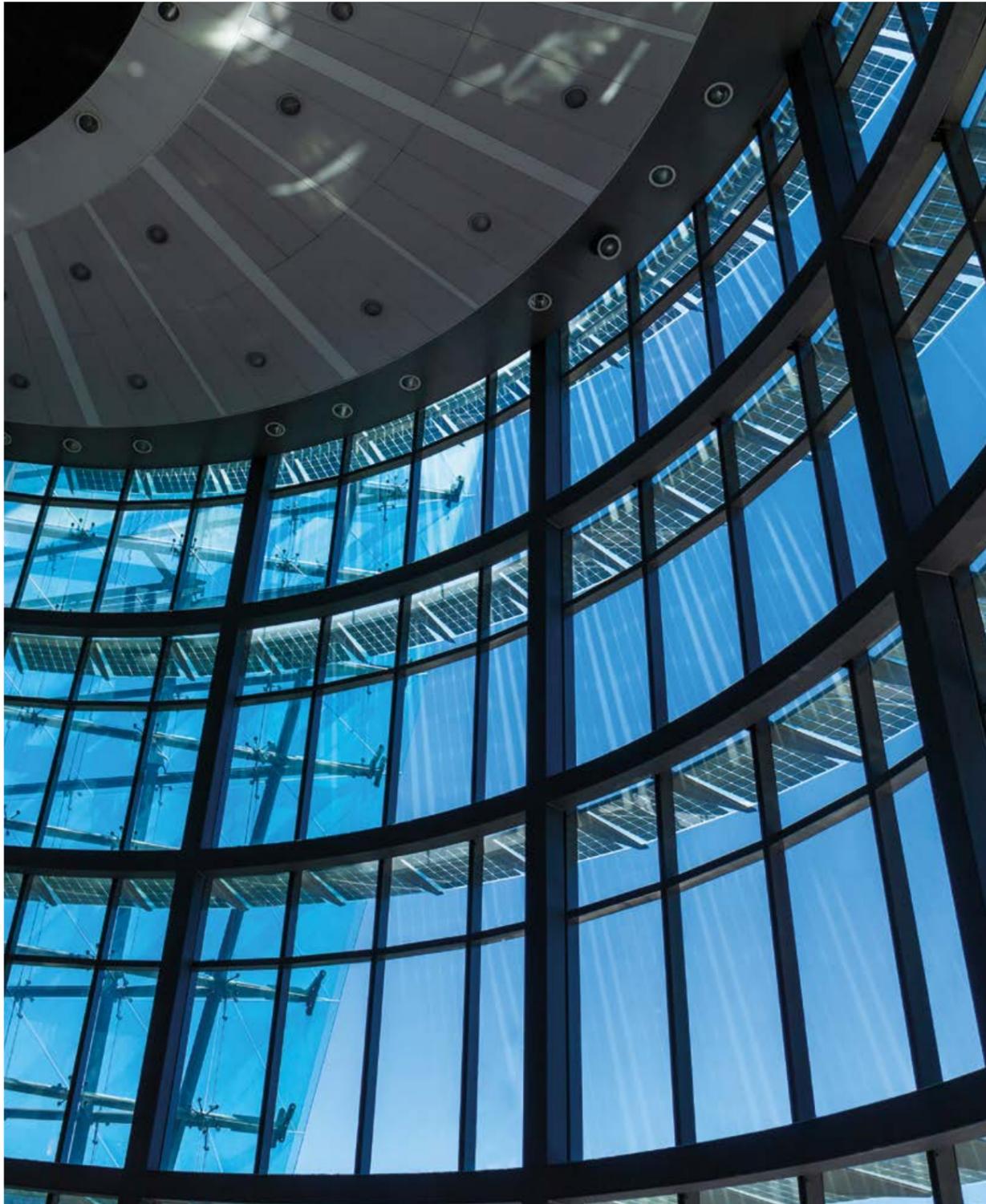
Participamos y colaboramos con más de 200 asociaciones, interviniendo en sus órganos de dirección, en sus comités sectoriales y en los distintos grupos de trabajo.

| Asociación/ Institución   | Líneas de colaboración y participación  |
|---|---|
|    | Corporaciones de derecho público cuya finalidad es la representación, promoción y defensa de los intereses de nuestra empresa a nivel autonómico, nacional y europeo.   |
|    | Defendiendo los intereses de nuestra empresa motivadas por decisiones del Gobierno, de las organizaciones sindicales, los partidos políticos y resto de instituciones internacionales.  |
|    | Participamos en la Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa.  |
| <b>Sector retail</b>  |   |
|  | Implicación en la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución defendiendo los intereses de la distribución a nivel nacional.  |
|  | Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados que coordina, representa y defiende los intereses del comercio minorista de alimentación.  |
|  | A través de la Asociación Española de Codificación Comercial mantenemos una estrecha colaboración entre la industria, la distribución y los operadores intermedios.   |
| <b>Sector Seguros</b>   |   |
|  | Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras y Fondos de Pensiones, cuya labor se centra en la elaboración de estadísticas sectoriales, investigación, formación y asesoría sobre la actividad aseguradora. Seguros El Corte Inglés es socio y participa en la elaboración de estudios e impartición de cursos de formación.    |
|  | Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones. Agrupa casi todas las Instituciones de Inversión Colectiva españolas, Fondos de Pensiones y de las Instituciones de Inversión Colectiva extranjeras. Seguros El Corte Inglés es miembro de la asociación y es la entidad gestora de cuatro fondos de pensiones. |
|  | Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras es el principal interlocutor con la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones. Seguros El Corte Inglés forma parte de la asociación y participa activamente en todos los grupos de trabajo.  |

|   |   |
|---|---|
|  | <p>Asociación Empresarial de Mediadores de Seguros y Patronal de las Corredurías de seguros españolas. Se encarga de negociar, entre otros, asuntos laborales y acuerdos colectivos. Participamos de forma activa en todas las comisiones, grupos de trabajo y eventos que realiza la asociación.</p>   |
|  | <p>Asociación Española de Gerencia de Riesgos y Seguros. Formamos parte de su Junta Directiva y participa en comisiones, grupos de trabajo y eventos dirigidos a mejorar y divulgar la gestión de riesgos y seguros en las empresas españolas.</p>  |
| <p><b>Sector Viajes</b></p>   |   |
|  | <p>Viajes El Corte Inglés colabora con la Unión de Agencias de Viajes con el fin de defender los intereses empresariales del sector y dar visibilidad a la imagen de las agencias de viajes. A través de la UNAV pertenecemos a la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) que tiene como objetivo alcanzar la unidad del sector y proteger las agencias de viajes.</p> |
|  | <p>Guild European Business es la organización de referencia en el sector de viajes corporativos y miembro de CEAV. A través de su plataforma se asegura el desarrollo adecuado del "business travel" y del MICE ("Meetings, Incentives, Conferences and Events") en España, tanto en el ámbito de la empresa privada como del sector público.</p>                                   |
|  | <p>En colaboración con el Instituto de Turismo de España, organismo autónomo de la Administración General del Estado, reforzamos la imagen de España como destino turístico de compras y promovemos la llegada de turistas internacionales, especialmente de Asia y América.</p>  |

En Portugal, la principal fundación del sector es Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição, y a nivel internacional destaca la International Association of Department Stores (IADS), entre otras.

En el ámbito de la RSC, estamos comprometidos con el Desarrollo Sostenible a través de una activa participación en foros e iniciativas tanto empresariales como multilaterales. De este modo, nos implicamos en la Red Española del Pacto Mundial, en los clústeres de Cambio Climático, Transparencia e Innovación Social de Forética, en la Fundación SERES, el Foro Social de la Industria de la Moda de España y el Foro de Empresas por la Movilidad Sostenible, entre otros. En el plano internacional, trabajamos en el seno del Fashion Pact, amfori, UN Fashion Industry Charter on Climate Action, el Bangladesh Transition Accord o The Consumer Goods Forum, entre otros.



# La gestión de riesgos y oportunidades

Identificar y evaluar adecuadamente los riesgos que pueden afectar al negocio, nos permite anticiparnos y convertir las dificultades en oportunidades.

Identificar y evaluar adecuadamente los riesgos y oportunidades que pueden afectar al negocio permite preparar una respuesta adecuada ante los mismos y, en un contexto tan complejo y cambiante como el actual, resulta fundamental para garantizar la estabilidad del negocio.

El Grupo El Corte Inglés dispone de un Sistema Integrado de Control y Gestión de Riesgos capaz de reducir los efectos de cada amenaza y de convertir las dificultades en nuevas oportunidades de negocio. A través del mismo se identifican y miden los posibles riesgos, actuales o emergentes, lo que permite implantar con la suficiente antelación las medidas de gestión necesarias que los mitiguen. De este modo, se persigue alcanzar los objetivos estratégicos del Grupo, tanto en aspectos financieros como en no financieros.

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. Además, el Consejo de Administración es responsable de este Sistema de Control y Gestión de Riesgos cuya implantación, formalización y supervisión se realiza con el apoyo de la Comisión de Auditoría y Control (ver esquema página 35).

En el ejercicio 2020, los principales avances en materia de Control y Gestión de Riesgos han sido:

- La actualización del Mapa de Riesgos Corporativo y la constitución del Comité de Cumplimiento y Control de Riesgos, tal y como se describe en el capítulo de Nuestro Gobierno.
- Modificación de la Política de Control y Gestión de Riesgos para adaptarla al funcionamiento del recién constituido Comité.
- Creación y funcionamiento recurrente de un grupo de trabajo para la gestión coordinada de los distintos modelos de control y de gestión de riesgos vigentes en el Grupo y monitorizados en una plataforma informática común (SAP GRC).

- Integración de las actividades de la Función de control y monitorización de riesgos específicos de Seguridad de la Información en el proceso de gestión de los modelos actuales de control a través de SAP GRC.
- La ampliación de los trabajos de riesgos en distintas áreas del Grupo.
- Actualización de los riesgos derivados del cambio climático, siguiendo las directrices del TCFD.
- Formación y concienciación a los directivos en materia de control y gestión de riesgos.
- Elaboración de distintos mapas de riesgos para determinados proyectos de nueva creación.

En El Corte Inglés los riesgos se conciben también como una oportunidad de crecimiento y de desarrollo de nuevas iniciativas que generan valor. Un ejemplo es la pandemia del Covid-19, que ha tenido efectos negativos en muchos aspectos, pero, al mismo tiempo, ha contribuido a acelerar el desarrollo de nuestros programas de transformación digital, canal *online*, logística y gestión inmobiliaria, así como la diversificación de nuevos servicios, manteniendo nuestro compromiso con los clientes y otros grupos de interés.

## PRINCIPALES RIESGOS

Los riesgos que pueden afectar a la consecución de los objetivos del Grupo se definen, analizan y priorizan en detalle, considerando su importancia (valorada tanto en términos de impacto económico como reputacional) y la probabilidad de que sucedan.

### Principales riesgos identificados

| Estratégicos  | Operativos   | Financieros   | De cumplimiento  |
|---|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entorno sociopolítico</li> <li>• Transformación digital y omnicanalidad</li> <li>• Diálogo con clientes y otros grupos de interés</li> <li>• Sostenibilidad y Reto Demográfico</li> <li>• Cambio climático</li> <li>• Gestión del Patrimonio Inmobiliario</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cadena de suministro y logística</li> <li>• Mercancía para la venta</li> <li>• Sistemas y Tecnología: disponibilidad, integridad y seguridad</li> <li>• Recursos Humanos y Gestión del Talento</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiación</li> <li>• Fiscalidad Responsable</li> <li>• Información Financiera y de Gestión</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplimiento Normativo</li> <li>• Regulatorio:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Normativa Penal</li> <li>• Normativa Transversal</li> </ul> </li> </ul> |

El Sistema de Control y Gestión de Riesgos define e identifica las responsabilidades para cada uno de los riesgos anteriores y para el resto de los que se contemplan en el alcance. Estos criterios determinan el nivel de tolerancia que tiene el Grupo a cada riesgo, las políticas y procedimientos aplicables, controles destinados a mitigar o reducir las amenazas, así como, la monitorización y mejora continua. Nuestro Sistema de Control y Gestión de Riesgos 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).

---

## ESTRATÉGICOS

---

### Entorno sociopolítico

Un riesgo muy importante es la pérdida de poder adquisitivo del cliente, como resultado de las crisis económicas y por el aumento de las desigualdades sociales. Esto se ha visto acentuado en la actualidad por el impacto del Covid-19 en el contexto económico nacional y mundial.

Los cambios en el entorno político, legal y regulatorio pueden tener también un impacto significativo sobre las operaciones del Grupo cuya actividad principal es la distribución de bienes de consumo y servicios. Algunos ejemplos son: una presión fiscal mayor que reduciría la capacidad adquisitiva de los consumidores, una nueva regulación que redujera el horario comercial, cambios en los límites de pagos en efectivo o cambios en la normativa laboral, entre otros.

Para actuar con rapidez, el Grupo analiza los distintos escenarios para tomar decisiones que reduzcan, en la medida de lo posible, los efectos adversos en las principales variables que afectan directamente al negocio.

Durante este ejercicio, y debido a la crisis sanitaria, el riesgo sociopolítico ha tenido un impacto sin precedentes en el turismo mundial que ha afectado de forma muy significativa a la actividad de Viajes El Corte Inglés, que ha trabajado para promover un turismo seguro y responsable, que cumpla todas las medidas sanitarias recomendadas.

Por último, la evolución de la pandemia es un factor que el Grupo está monitorizado de forma continua. En función de las circunstancias de cada momento, las distintas áreas de la compañía actúan coordinadamente para dar respuesta de la forma más ágil y adecuada.

### Transformación digital y omnicanalidad

Los cambios tecnológicos han ido facilitando la entrada de nuevos operadores con políticas comerciales muy agresivas, descuentos en precios y gran flexibilidad para hacer cambios. La crisis sanitaria, además, ha obligado a otros muchos competidores a participar y/o fortalecer su venta *online*.

La situación originada por la pandemia ha acelerado la digitalización y la omnicanalidad del Grupo, para hacer frente a las dificultades, sobre todo al inicio. El Corte Inglés aprovecha sus ventajas competitivas, como las ubicaciones preferentes en muchas localidades y la contrastada calidad del servicio para dar respuesta a las necesidades de los clientes, adaptándose lo más rápido posible en función de la disponibilidad de los recursos en cada momento.

El Grupo cuenta con herramientas adecuadas para afrontar el rápido proceso de transformación digital y está permanentemente buscando la innovación, a través de nuevas tecnologías y mediante alianzas con socios estratégicos y 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 hacia nuestra empresa. Por esta razón, contamos con herramientas de control como un modelo de medición de potenciales riesgos reputacionales, monitorización continua de medios y redes sociales, realización de encuestas; con el fin de facilitar mensajes alineados y coherentes que generen confianza en nuestros grupos de interés.

Fruto de este diálogo y en línea con la vocación de mejora continua, El Corte Inglés ha identificado oportunidades potenciales en otros sectores para ofrecer un surtido más amplio de productos y servicios para todos sus grupos de interés. Pueden consultarse los avances de este ejercicio en el capítulo de Nuestro Modelo de Negocio de este informe.

---



---

### Sostenibilidad 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 en cada uno de nuestros negocios. Entre los riesgos tenidos en cuenta en esta categoría se incluyen los relacionados con el cumplimiento de estándares de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), con la adecuada gestión medioambiental y la eficiencia energética.

Por otro lado, la disminución de los habitantes en las ciudades españolas y la jubilación del “baby boom”, con una pérdida importante de capacidad adquisitiva, hacen del reto demográfico otro riesgo. Igual que en los anteriores, se tiene en cuenta en la estrategia del negocio y, para mitigarlo, se llevan a cabo acciones de corto, medio y largo plazo, como por ejemplo, la adecuación de la oferta a los nuevos perfiles, la creación de nuevos servicios, variedad del surtido y de ofertas, entre otras medidas.

### Cambio Climático

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 materializarse el riesgo, bien directamente como una reducción de algunas materias primas esenciales para la producción, bien indirectamente por cambios climáticos drásticos, reducción de tierra fértil. Actualmente, el Grupo diversifica entre los circuitos corto y largo, para mitigar la dependencia excesiva de países expuestos en mayor medida a estos cambios climáticos que ya están materializándose.

Respecto a la venta, los cambios meteorológicos 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.

En el capítulo de Medio Ambiente se expone, de forma detallada, el análisis de riesgos y oportunidades en materia de cambio climático.

### Gestión del Patrimonio Inmobiliario

La gestión de los inmuebles busca la optimización de los mismos para 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). El patrimonio inmobiliario es uno de nuestros grandes activos por lo que trabajamos para identificar oportunidades vinculadas a la mejora de la calidad y perspectivas de su cartera inmobiliaria.

Este riesgo se ha incrementado tras la crisis sanitaria por la evidente disminución de actividad de los establecimientos durante este periodo y por la reducción de operaciones inmobiliarias en la actualidad.

---

---

**OPERATIVOS**


---

**Cadena de suministro y logística**

Los cambios en los hábitos de consumo del cliente, cada vez más omnicanal (demanda entregas inmediatas) y socialmente más responsable, impactan en la compra y logística del Grupo. Estos hábitos se han acentuado en el último ejercicio con la llegada del Covid-19, que ha incrementado la venta *online*, lo que ha supuesto un reto para la logística (especialmente de última milla y logística inversa). Por este motivo, el Grupo está comprometido y explora las oportunidades que puedan surgir ante este nuevo escenario.

Nuestra cadena de suministro incluye múltiples tipos de mercancía, diferentes orígenes y destinos; una gestión eficiente es clave para los resultados operativos y financieros de la compañía.

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 relacionados con la mercancía dispuesta para la venta, incluyen aspectos como su valoración, la rotación, la posible obsolescencia, las variaciones en la demanda de determinados productos y la pérdida desconocida (hurtos, mermas, errores), 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, la 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 el punto de vista operativo, es necesario controlar y mitigar situaciones como la pérdida de disponibilidad por fallos en los equipos o sistemas, la capacidad para continuar con las operaciones ante desastres naturales o conflictos sociales, y los incrementos de los tiempos de respuesta de los sistemas, ya que pueden suponer importantes implicaciones económicas, reputacionales e incluso legales.

Este riesgo se ha visto agravado por el Covid-19: el personal de oficinas ha tenido que trabajar a distancia y el negocio de venta *online* creció exponencialmente en un plazo muy corto. Desde el primer momento el Grupo fue consciente de la exposición a estos riesgos e hizo el seguimiento oportuno y la gestión de los mismos con equipos expertos.

Desde el plano de protección de las infraestructuras informáticas, los Centros de Procesamiento de Datos (CPD) permiten mantener la continuidad del servicio mediante planes de contingencia. Estos planes implican, entre otras cosas, la redundancia del CPD, de las comunicaciones, de los servicios críticos y de la información, incluyendo pruebas periódicas de verificación de su capacidad y eficacia.

Se realizan actuaciones de control y gestión de estos riesgos, que se describen con más detalle en el apartado "Seguridad de la información y ciberseguridad" en el capítulo de Nuestro Gobierno de este mismo informe.

---

**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 de los empleados, así como la relación con trabajadores de empresas subcontratadas.

Adicionalmente, es imprescindible cumplir con todo lo previsto en la Ley sobre Prevención de Riesgos Laborales (PRL). Con la crisis sanitaria, mitigar este riesgo ha sido prioritario en todo momento, para ello se han implantado procedimientos específicos de protección de la salud, tanto para empleados como para clientes, proveedores y colaboradores. Se hizo especial hincapié en planificar y coordinar la desescalada con la adecuada protección. Estos riesgos relacionados con la salud se controlaron a través de múltiples medidas puestas en marcha desde el Comité de Alertas Sanitarias.

La necesidad del teletrabajo a causa de las distintas restricciones de movilidad ha influido en la forma de trabajar, llevándose a cabo una adaptación en todas las áreas del Grupo para dar respuesta a esta circunstancia y minimizar los posibles riesgos asociados.

Por otro lado, antes del cierre de ejercicio, el Grupo comunicó a los sindicatos la necesidad de reorganizar la estructura de la empresa. Ya en el ejercicio 2021, El Corte Inglés ha firmado un acuerdo con la unanimidad de los sindicatos (CCOO, Fasga, Fetic y UGT) para poner en marcha un plan de reorganización de la plantilla.

---

**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 reducir la incertidumbre inherente a estos mercados, tratando de minimizar los efectos potenciales adversos que puedan tener consecuencias negativas para la rentabilidad del Grupo. Además, somos conscientes del impulso que están teniendo las finanzas sostenibles y, a través de equipos multidisciplinares, se trabaja para minimizar riesgos y maximizar las oportunidades que puedan surgir.

**Fiscalidad Responsable**

Bajo este concepto se recogen las actuaciones del Grupo frente a los riesgos derivados de la posible adopción de decisiones incorrectas de naturaleza fiscal que pudieran originar pasivos contingentes, sanciones, activos fiscales a largo plazo con dificultades de recuperación o críticas. Los grupos de interés presionan, de forma cada vez más activa, por una gestión solidaria de la tributación a nivel local, autonómico, nacional e internacional.

Durante este ejercicio se ha aprobado una Política Fiscal Corporativa que, entre sus principios incluye la fiscalidad responsable.

El Grupo tiene implantados diversos controles, tanto automáticos como manuales y de naturaleza preventiva y de detección gracias a los cuales se ha conseguido un resultado favorable en las inspecciones fiscales realizadas.

---

---

**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 análisis y control de gestión, el Grupo ha puesto en marcha proyectos destinados a disponer de información fiable en el momento oportuno. El incremento de los requerimientos de información no financiera desde distintos ámbitos representa un riesgo en el cual se trabaja mejorando la gestión de la información demandada, de su calidad y de su comunicación.

En relación con la Información Financiera, El Corte Inglés tiene implantado 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 compañía para el análisis, identificación, medición y supervisión de los diferentes riesgos de esta naturaleza. El área de Cumplimiento ha establecido dos grandes bloques de actuación:

- Normativa penal: centrada en todos los riesgos de incumplimiento según la tipificación recogida en el Código Penal.
- Normativa transversal: analiza todos los riesgos asociados a las normativas específicas que afectan a las distintas áreas del Grupo.

Para conocer las actuaciones específicas en esta materia, ir al apartado de Cumplimiento Normativo del capítulo de Nuestro Gobierno en este informe.

---

# Sobre este informe

El Estado de Información No Financiera consolidado del Grupo El Corte Inglés correspondiente al ejercicio 2020 (EINF2020) tiene por objeto informar de las actividades en materia medioambiental, social y de gobierno corporativo realizadas por El Corte Inglés, S.A. y sus sociedades dependientes<sup>17</sup> durante el periodo comprendido entre el 1 de marzo de 2020 y el 28 de febrero de 2021.

Asimismo, en este documento se facilita información relevante de la actividad del Grupo relacionada con los riesgos e impactos identificados, las políticas de gestión existentes y los indicadores clave de desempeño que permitan comprender la evolución y situación no financiera y sobre diversidad de las empresas del Grupo El Corte Inglés.

Respecto a datos presentados en el EINF2020 de los ejercicios 2019 y 2018, y a efectos de una comparación homogénea, hay que señalar que con motivo de la salida del perímetro de consolidación de las sociedades Informática El Corte Inglés, S.A. y sus empresas filiales (en su conjunto, el Grupo IECISA) en el ejercicio 2019, los datos afectados de dicho ejercicio han sido recalculados. Asimismo, en el ejercicio 2020 se ha producido la fusión por absorción de Sfera por parte de El Corte Inglés y la incorporación de las sociedades del Grupo SICOR.

En la confección del EINF2020 ha participado un equipo multidisciplinar del que forman parte distintas áreas de gestión de las empresas del Grupo El Corte Inglés.

<sup>17</sup> Su relación y detalle se expone en las Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo El Corte Inglés del ejercicio 2020.

### CUMPLIMIENTO DE LA REGULACIÓN DE REPORTING DE LA INFORMACIÓN NO FINANCIERA

Para la elaboración del EINF2020 se han observado los requerimientos 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.

Se ha utilizado como marco de referencia para su elaboración los principios del estándar GRI (Global Reporting Initiative) en su versión GRI Standards bajo la opción esencial. También se han considerado los Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, del cual El Corte Inglés es socio adherido desde 2002, así como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

El EINF2020 forma parte del Informe de Gestión Consolidado y se presenta como un documento separado. Cumple los mismos criterios de aprobación, depósito y publicación que el Informe de Gestión, ambos aprobados por el Consejo de Administración de El Corte Inglés, S.A. De esta manera, se traslada también el carácter estratégico de la sostenibilidad dentro de las prioridades del máximo órgano de gobierno.

En el Anexo II (páginas 225-255) a este Informe se presentan las tablas con los indicadores exigidos por la Ley 11/2018, así como la información de los indicadores correspondientes.

### VERIFICACIÓN EXTERNA

El EINF2020 ha sido verificado por Ernst & Young, S.L., en su condición de prestador independiente de servicios de verificación, de conformidad con la redacción dada por la Ley 11/2018 al artículo 49 del Código de Comercio.

### ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

EINF2020 da respuesta a las expectativas de información que nuestros grupos de interés han identificado como relevantes para nuestro negocio y que se recogen en el análisis de materialidad llevado a cabo en el ejercicio 2019. Dicho análisis ha sido actualizado para el ejercicio 2020 a fin de identificar el impacto que la crisis sanitaria del Covid-19 ha tenido en los aspectos relevantes y en las expectativas de los grupos de interés.

En el marco de esta actualización, de los 24 temas más relevantes identificados para el ejercicio 2019 todos se han mantenido, si bien la importancia ha sufrido variaciones para todos los grupos de interés. Esta nueva realidad se ha tenido en cuenta para la selección de los contenidos del presente Informe, así como para el diseño del Plan Director de Sostenibilidad y RSC 2021-2025.

### PRINCIPALES ASUNTOS MATERIALES

#### Matriz de materialidad integrada del Grupo



Se considera que los aspectos materiales son aquellos con >75% de la nota máxima (en una escala de 1 a 5). Cada número del gráfico se corresponde con un aspecto material.

Los temas más relevantes se han englobado en torno a 4 grandes ámbitos, que son las prioridades del Grupo El Corte Inglés en materia de RSC y Sostenibilidad: Producto, Planeta, Progreso y Personas.

#### Aspectos materiales principales para el Grupo y sus grupos de interés

| Universo | Ámbito   | Aspectos materiales  |
|----------|--|--|
| Producto | Bienestar y satisfacción del cliente                           | <b>8</b> Atención al cliente y excelencia en el servicio<br><b>13</b> Fidelización de clientes   |
|          | Cumplimiento Normativo   | <b>2</b> Ciberseguridad y seguridad de la información<br><b>3</b> Confidencialidad y protección de datos<br><b>6</b> Normativa de consumo  |
|          | Productos y servicios responsables                             | <b>4</b> Seguridad de producto<br><b>10</b> Adaptación, promoción, información transparente y fomento de hábitos de consumo responsable<br><b>12</b> Ecodiseño e innovación sostenible de productos y servicios<br><b>19</b> Criterios ASG en las inversiones* |
|          | Gestión responsable de la cadena de suministro                 | <b>1</b> Derechos humanos en la cadena de suministro<br><b>7</b> Seguridad y salud de proveedores<br><b>15</b> Logística sostenible<br><b>17</b> Trazabilidad y criterios de sostenibilidad en la cadena de suministro   |
| Planeta  | Cambio Climático   | <b>9</b> Riesgos del cambio climático  |
|          | Economía Circular  | <b>16</b> Envases y embalajes sostenibles<br><b>20</b> Residuo Cero  |
| Progreso | Buen Gobierno y Transparencia                                  | <b>5</b> Buenas prácticas de gobierno corporativo y comportamiento ético<br><b>23</b> Prevención del blanqueo de capitales   |
|          | Desempeño responsable e impacto socioeconómico de la actividad | <b>21</b> Desempeño económico responsable<br><b>18</b> Fiscalidad responsable  |
|          | Marca  | <b>24</b> Identidad de Marca (propósito y valores de la marca corporativa)   |
| Personas | Equipo Comprometido  | <b>11</b> Igualdad de oportunidades, diversidad e inclusión<br><b>14</b> Conciliación laboral, personal, familiar y corresponsabilidad   |
|          |  | <b>22</b> Seguridad y salud laboral  |

\* Aspecto material específico de Seguros El Corte Inglés

## PRINCIPIOS SEGUIDOS EN LA ELABORACIÓN DEL PRESENTE INFORME

|                         |  |  |
|-------------------------|--|--|
| Principios de contenido | Participación 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. Esto se refleja en la aprobación del nuevo Plan Director de Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa para el periodo 2021-2025, que integra la sostenibilidad como uno de los ejes estratégicos de la compañía. |
|                         | Materialidad                           | El Grupo ha actualizado el análisis de materialidad realizado en 2019 como consecuencia de la crisis sanitaria del Covid-19, con el objeto de garantizar que los temas materiales identificados estén alineados con las necesidades y expectativas actuales de los grupos de interés.            |
|                         | Exhaustividad                          | Se abordan los temas relevantes identificados en el análisis de materialidad reflejando también los impactos asociados.  |
| Principios de calidad   | Precisión                              | Se ofrece información en términos cualitativos y cuantitativos para que todos los grupos de interés puedan valorar y analizar el desempeño del Grupo en el ámbito de la Sostenibilidad y la RSC.   |
|                         | Equilibrio                             | La información facilitada refleja los aspectos del desempeño por el Grupo El Corte Inglés de tal manera que permite una evaluación razonada de la actividad desarrollada.  |
|                         | Claridad                               | Se presenta la información de forma comprensible, ordenada y accesible para todos los grupos de interés.   |
|                         | Comparabilidad                         | Principalmente se ha seguido el estándar internacional de reporte GRI que incluye indicadores que permiten realizar comparaciones respecto al ejercicio anterior así como poder evaluar el desempeño del Grupo en determinadas cuestiones relevantes.  |
|                         | Fiabilidad                             | El Informe No Financiero es verificado por un tercero independiente.   |
|                         | Puntualidad                            | Anualmente el Grupo El Corte Inglés publica el EINF correspondiente a cada ejercicio económico que pone a disposición de todos sus grupos de interés en su página web corporativa, en los idiomas español e inglés.  |

## DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

El Grupo El Corte Inglés establece un diálogo permanente con sus grupos de interés para poder conocer y dar una respuesta adecuada a sus necesidades y expectativas, con el fin último de mantener una relación de confianza con ellos. En este sentido, el Grupo pone a su disposición distintos canales de comunicación a través de los cuales se fomenta su participación y escucha activa.

Las cuestiones surgidas de esta comunicación se han tenido en cuenta durante el proceso de elaboración del presente informe y han contribuido en la definición de la estrategia del Grupo.

### Nuestros grupos de interés

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| Cientes                          | Consumidores de nuestros productos y servicios: Nuestra razón de ser.   |
| Empleados                        | Nuestro equipo: El gran activo con el que cuenta el Grupo para desarrollar su actividad.  |
| Proveedores y socios comerciales | Las marcas y empresas con las que establecemos relaciones comerciales de largo recorrido basadas en la ética y en la confianza.                     |
| Capital                          | Personas físicas, jurídicas y entidades con intereses de capital. Nos aportan los recursos financieros que nos permiten crecer de forma sostenible. |
| Sociedad                         | Comunidades locales, ONG, ámbito académico, asociaciones sociales y medioambientales.   |
| Instituciones                    | Gobiernos y representantes de instituciones locales, regionales, estatales e internacionales con las que trabajamos por una sociedad mejor.         |
| Comunidad empresarial            | Asociaciones y organismos empresariales nacionales e internacionales con los que compartimos experiencias.  |
| Líderes de opinión               | Medios de comunicación, analistas y prescriptores digitales. El altavoz para llegar más rápido a nuestros grupos de interés.                        |

### Canales de comunicación

- Servicio de Atención al Cliente
- Redes sociales
- Web corporativa
- Web y *app* de El Corte Inglés
- Canales de comunicación específicos:
  - Canal ético
  - Salesforce: quejas/reclamaciones
- Realización de encuestas
- Participación en foros
- Organización de eventos y encuentros específicos
- Participación en organizaciones e instituciones
- Envío de Newsletters

Además, El Corte Inglés mantiene desde 2005 un diálogo estable y permanente con un grupo de trabajo de partes interesadas en el que están representadas organizaciones de consumidores, sindicatos, organizaciones, ONG y representantes del mundo académico. Este grupo ha tenido dos reuniones formales en el ejercicio 2020.

El pasado 25 de febrero se celebró la 2ª Jornada de Participación Activa de Partes Interesadas del ejercicio 2020. Su realización fue en formato telemático. El objetivo principal de esta jornada fue presentarles los focos estratégicos en sostenibilidad y RSC del Grupo El Corte Inglés reflejados en el Plan Director 2021-2025. A esta jornada virtual asistieron más de 70 representantes de más de 50 organizaciones y pudieron formular preguntas a los organizadores

a través de un chat. Posteriormente se envió a todos los participantes una breve encuesta de satisfacción de la jornada obteniendo una valoración global muy positiva. Los comentarios recibidos y las preguntas formuladas constituyen una herramienta muy valiosa para reforzar nuestra estrategia en sostenibilidad y RSC.

## CANALES DE COMUNICACIÓN Y CONTACTO

En línea con el compromiso del Grupo por mantener un diálogo fluido 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)

---

#### Línea telefónica de atención preferente a clientes con discapacidad

900 293 611 (gratuito)  
De lunes a domingo  
de 9:00 a 22:0h

---

# Anexos

## I. TABLA DE INDICADORES NO FINANCIEROS

### NUESTRO GOBIERNO

| Indicador  | Mujeres    | Hombres    |
|--|------------|------------|
| Remuneración media por sexo de los miembros del Consejo de Administración. Ejercicio 2020. |            |            |
| <b>Remuneraciones vinculadas al ejercicio del cargo de consejero</b>                       | 1.401.667€ | 710.237€   |
| <b>Sueldos y salarios</b>  | 156.482€   | 1.086.776€ |
| Retribución media sin indemnizaciones  | 1.558.149€ | 1.797.113€ |
| <b>Indemnizaciones</b>   | 0          | 0          |
| Retribución media  | 1.558.149€ | 1.797.113€ |

### EL CLIENTE

| Indicador   | 2020 | 2019  | 2018 |
|---|------|-------|------|
| Calidad y seguridad del producto  |      |       |      |
| <b>Número de auditorías de seguridad alimentaria en centros comerciales</b> | 882  | 1.194 | 811  |

| Indicador                          | 2020    | 2019    | 2018    |
|------------------------------------|---------|---------|---------|
| Gestión de incidencias de clientes |         |         |         |
| <b>Número de incidencias</b>       | 784.395 | 307.317 | 307.317 |

## NUESTRO EQUIPO

| Indicador                                       | 2020          | 2019          | 2018          |
|---|---------------|---------------|---------------|
| Distribución de la plantilla por sexo           |               |               |               |
| Mujer   | 51.646        | 55.542        | 56.674        |
| Hombre  | 29.168        | 29.701        | 30.795        |
| <b>Total</b>                                    | <b>80.814</b> | <b>85.243</b> | <b>87.469</b> |
| Distribución de la plantilla por país           |               |               |               |
| España  | 75.902        | 79.839        | 82.083        |
| Portugal  | 3.164         | 3.355         | 3.334         |
| México  | 961           | 1.152         | 1.085         |
| China   | 173           | 186           | 200           |
| Chile   | 127           | 162           | 183           |
| Bangladesh                                      | 84            | 85            | 92            |
| India   | 57            | 58            | 64            |
| Colombia  | 53            | 72            | 67            |
| Grecia  | 40            | 46            | 46            |
| Vietnam   | 34            | 36            | 39            |
| Argentina                                       | 32            | 36            | 39            |
| Polonia   | 30            | 38            | 35            |
| Marruecos                                       | 25            | 26            | 31            |
| Estados Unidos                                  | 23            | 23            | 28            |
| Turquía   | 21            | 24            | 25            |
| Perú  | 20            | 28            | 30            |
| Hong Kong                                       | 16            | 15            | 20            |
| Panamá  | 12            | 18            | 18            |
| Ecuador   | 11            | 13            | 13            |
| Francia   | 10            | 10            | 10            |
| Uruguay   | 9             | 10            | 11            |
| Italia  | 7             | 7             | 7             |
| República Dominicana                            | 3             | 4             | 4             |
| Bulgaria  | -             | -             | 5             |
| <b>Total</b>                                    | <b>80.814</b> | <b>85.243</b> | <b>87.469</b> |
| Distribución de la plantilla por rangos de edad |               |               |               |
| Menos de 30 años                                | 8.684         | 12.427        | 13.194        |
| De 30 a 50 años                                 | 47.323        | 49.571        | 54.057        |
| Más de 50 años                                  | 24.807        | 23.245        | 20.218        |
| <b>Total</b>                                    | <b>80.814</b> | <b>85.243</b> | <b>87.469</b> |

| Indicador   | 2020             | 2019          | 2018          |        |
|---|------------------|---------------|---------------|--------|
| Distribución de la plantilla por grupos profesionales             |                  |               |               |        |
| Directivos y gerentes   | 92               | 112           | 124           |        |
| Mandos y Coordinadores  | 11.594           | 11.804        | 11.624        |        |
| Técnicos  | 3.737            | 3.982         | 3.866         |        |
| Profesionales   | 58.485           | 58.827        | 59.948        |        |
| Personal base   | 6.906            | 10.518        | 11.907        |        |
| <b>Total</b>  | <b>80.814</b>    | <b>85.243</b> | <b>87.469</b> |        |
| Distribución de la plantilla por colectivos                       |                  |               |               |        |
| Comercial   | 62.550           | 67.732        | 69.394        |        |
| Administración  | 8.795            | 9.812         | 10.028        |        |
| Servicios   | 9.469            | 7.699         | 8.047         |        |
| <b>Total</b>  | <b>80.814</b>    | <b>85.243</b> | <b>87.469</b> |        |
| Distribución de la plantilla por líneas de negocio                |                  |               |               |        |
| Empresas de <i>retail</i>   | 71.262           | 77.350        | 79.623        |        |
| Grupo Viajes  | 5.879            | 6.329         | 6.354         |        |
| Grupo Seguros   | 1.438            | 1.347         | 1.222         |        |
| Grupo SICOR   | 2.069            | N/A           | N/A           |        |
| Otras   | 166              | 217           | 270           |        |
| <b>Total</b>  | <b>80.814</b>    | <b>85.243</b> | <b>87.469</b> |        |
| Distribución de la plantilla por intervalos de antigüedad         |                  |               |               |        |
| Menos de 5 años   | 16.756           | 21.836        | 22.349        |        |
| De 5 a 15 años  | 19.839           | 22.694        | 25.360        |        |
| Más de 15 años  | 44.219           | 40.713        | 39.760        |        |
| <b>Total</b>  | <b>80.814</b>    | <b>85.243</b> | <b>87.469</b> |        |
| Distribución de la plantilla por tipo de contrato y sexo          |                  |               |               |        |
| Contrato indefinido   | Mujer            | 49.049        | 49.537        | 50.140 |
|   | Hombre           | 27.360        | 26.529        | 27.111 |
| Contrato temporal   | Mujer            | 2.597         | 6.005         | 6.534  |
|   | Hombre           | 1.808         | 3.172         | 3.684  |
| Distribución de la plantilla por tipo de contrato y rango de edad |                  |               |               |        |
| Contrato indefinido   | Menos de 30 años | 6.225         | 6.611         | 6.707  |
|   | De 30 a 50 años  | 45.566        | 46.542        | 50.535 |
|   | Más de 50 años   | 24.618        | 22.913        | 20.009 |
| Contrato temporal   | Menos de 30 años | 2.458         | 5.816         | 6.487  |
|   | De 30 a 50 años  | 1.759         | 3.029         | 3.522  |
|   | Más de 50 años   | 188           | 332           | 209    |

| Indicador  |                        | 2020   | 2019   | 2018   |
|--|------------------------|--------|--------|--------|
| <b>Distribución de la plantilla por tipo de contrato y grupo profesional</b> |                        |        |        |        |
| <b>Contrato indefinido</b>   | Directivos y gerentes  | 92     | 112    | 124    |
|  | Mandos y Coordinadores | 11.562 | 11.726 | 11.564 |
|  | Técnicos               | 3.689  | 3.793  | 3.689  |
|  | Profesionales          | 56.800 | 55.953 | 57.198 |
|  | Personal base          | 4.266  | 4.482  | 4.676  |
| <b>Contrato temporal</b>   | Directivos y gerentes  | 0      | 0      | 0      |
|  | Mandos y Coordinadores | 32     | 78     | 60     |
|  | Técnicos               | 48     | 189    | 177    |
|  | Profesionales          | 1.685  | 2.874  | 2.750  |
|  | Personal base          | 2.640  | 6.036  | 7.231  |
| <b>Distribución de la plantilla por tipo de jornada y sexo</b>               |                        |        |        |        |
| <b>Jornada completa</b>  | Mujer                  | 31.509 | 33.151 | 33.391 |
|  | Hombre                 | 26.191 | 26.159 | 27.015 |
| <b>Jornada parcial</b>   | Mujer                  | 20.137 | 22.391 | 23.283 |
|  | Hombre                 | 2.977  | 3.542  | 3.780  |
| <b>Distribución de la plantilla por tipo de jornada y rango de edad</b>      |                        |        |        |        |
| <b>Jornada completa</b>  | Menos de 30 años       | 5.670  | 7.599  | 8.213  |
|  | De 30 a 50 años        | 32.678 | 33.858 | 37.249 |
|  | Más de 50 años         | 19.352 | 17.853 | 14.944 |
| <b>Jornada parcial</b>   | Menos de 30 años       | 3.013  | 4.828  | 4.981  |
|  | De 30 a 50 años        | 14.647 | 15.713 | 16.808 |
|  | Más de 50 años         | 5.454  | 5.392  | 5.274  |
| <b>Distribución de la plantilla por tipo de jornada y grupo profesional</b>  |                        |        |        |        |
| <b>Jornada completa</b>  | Directivos y gerentes  | 91     | 107    | 116    |
|  | Mandos y Coordinadores | 10.796 | 10.942 | 10.627 |
|  | Técnicos               | 3.071  | 3.247  | 3.221  |
|  | Profesionales          | 39.451 | 39.092 | 39.667 |
|  | Personal base          | 4.419  | 5.922  | 6.775  |
| <b>Jornada parcial</b>   | Directivos y gerentes  | 1      | 5      | 8      |
|  | Mandos y Coordinadores | 798    | 862    | 997    |
|  | Técnicos               | 666    | 735    | 645    |
|  | Profesionales          | 19.034 | 19.735 | 20.281 |
|  | Personal base          | 2.487  | 4.596  | 5.132  |

| Indicador   |                          | 2020                    | 2019             | 2018   |       |   |
|---|--------------------------|-------------------------|------------------|--------|-------|---|
| <b>Promedio anual de contratos por tipo de contrato, jornada y sexo<sup>18</sup></b>          |                          |                         |                  |        |       |   |
| <b>Contrato indefinido</b>  | <b>Jornada completa</b>  | Mujer                   | 29.721           | 29.842 | -     |   |
|   |                          | Hombre                  | 24.496           | 24.495 | -     |   |
|   | <b>Jornada parcial</b>   | Mujer                   | 19.542           | 20.808 | -     |   |
|   |                          | Hombre                  | 2.567            | 2.699  | -     |   |
| <b>Contrato temporal</b>  | <b>Jornada completa</b>  | Mujer                   | 2.108            | 3.452  | -     |   |
|   |                          | Hombre                  | 1.469            | 2.006  | -     |   |
|   | <b>Jornada parcial</b>   | Mujer                   | 1.240            | 2.344  | -     |   |
|   |                          | Hombre                  | 559              | 1.114  | -     |   |
| <b>Promedio anual de contratos por tipo de contrato, jornada y rango de edad<sup>18</sup></b> |                          |                         |                  |        |       |   |
| <b>Contrato indefinido</b>  | <b>Jornada completa</b>  | Menos de 30 años        | 4.005            | 4.270  | -     |   |
|   |                          | De 30 a 50 años         | 31.024           | 32.108 | -     |   |
|   |                          | Más de 50 años          | 19.187           | 17.959 | -     |   |
|   | <b>Jornada parcial</b>   | Menos de 30 años        | 2.177            | 2.464  | -     |   |
|   |                          | De 30 a 50 años         | 14.192           | 15.278 | -     |   |
|   |                          | Más de 50 años          | 5.741            | 5.766  | -     |   |
|   | <b>Contrato temporal</b> | <b>Jornada completa</b> | Menos de 30 años | 1.932  | 3.075 | - |
|   |                          |                         | De 30 a 50 años  | 1.487  | 2.172 | - |
|   |                          |                         | Más de 50 años   | 158    | 211   | - |
| <b>Jornada parcial</b>  |                          | Menos de 30 años        | 1.285            | 2.702  | -     |   |
|   |                          | De 30 a 50 años         | 466              | 655    | -     |   |
|   |                          | Más de 50 años          | 48               | 102    | -     |   |

<sup>18</sup> Los datos de promedio anual de contratos fueron reportados por primera vez para el ejercicio 2019. Por este motivo, no se incluyen para el ejercicio 2018, debiendo de compararse el evolutivo con los datos de plantilla a cierre del ejercicio 2018. De igual modo, para los datos de promedios se han considerado todos los empleados de manera ponderada en función del tiempo que han formado parte de la plantilla. Así, el total, será la suma de los desgloses.

| Indicador   |                   |                        | 2020                   | 2019   | 2018  |   |
|---|-------------------|------------------------|------------------------|--------|-------|---|
| <b>Promedio anual de contratos por tipo de contrato, jornada y grupo profesional<sup>18</sup></b> |                   |                        |                        |        |       |   |
| Contrato indefinido   | Jornada completa  | Directivos y gerentes  | 97                     | 115    | -     |   |
|   |                   | Mandos y Coordinadores | 10.819                 | 11.102 | -     |   |
|   |                   | Técnicos               | 3.065                  | 3.310  | -     |   |
|   |                   | Profesionales          | 37.844                 | 37.226 | -     |   |
|   |                   | Personal base          | 2.391                  | 2.584  | -     |   |
|   | Jornada parcial   | Directivos y gerentes  | 4                      | 8      | -     |   |
|   |                   | Mandos y Coordinadores | 863                    | 953    | -     |   |
|   |                   | Técnicos               | 678                    | 708    | -     |   |
|   |                   | Profesionales          | 19.133                 | 19.986 | -     |   |
|   |                   | Personal base          | 1.432                  | 1.852  | -     |   |
|   | Contrato temporal | Jornada completa       | Directivos y gerentes  | 0      | 0     | - |
|   |                   |                        | Mandos y Coordinadores | 32     | 54    | - |
|   |                   |                        | Técnicos               | 50     | 131   | - |
|   |                   |                        | Profesionales          | 1.755  | 2.349 | - |
| Personal base   |                   |                        | 1.740                  | 2.924  | -     |   |
| Jornada parcial   |                   | Directivos y gerentes  | 0                      | 0      | -     |   |
|   |                   | Mandos y Coordinadores | 3                      | 28     | -     |   |
|   |                   | Técnicos               | 1                      | 42     | -     |   |
|   |                   | Profesionales          | 417                    | 479    | -     |   |
|   |                   | Personal base          | 1.378                  | 2.910  | -     |   |

| Indicador  |                       |         | 2020    | 2019    | 2018  |
|--|-----------------------|---------|---------|---------|-------|
| <b>Empleados con discapacidad</b>                                  |                       |         |         |         |       |
| Total  |                       |         | 1.223   | 1.393   | 1.158 |
| <b>Detalle de las bajas no voluntarias por sexo</b>                |                       |         |         |         |       |
| Mujer  |                       |         | 306     | 759     | 602   |
| Hombre   |                       |         | 296     | 545     | 446   |
| Total  |                       |         | 602     | 1.304   | 1.048 |
| <b>Detalle de las bajas no voluntarias por rangos de edad</b>      |                       |         |         |         |       |
| Menos de 30 años   |                       |         | 50      | 115     | 116   |
| De 30 a 50 años  |                       |         | 310     | 707     | 641   |
| Más de 50 años   |                       |         | 242     | 482     | 291   |
| Total  |                       |         | 602     | 1.304   | 1.048 |
| <b>Detalle de las bajas no voluntarias por grupo profesional</b>   |                       |         |         |         |       |
| Directivos y gerentes  |                       |         | 0       | 9       | 6     |
| Mandos y Coordinadores   |                       |         | 161     | 274     | 176   |
| Técnicos   |                       |         | 47      | 83      | 54    |
| Profesionales  |                       |         | 351     | 834     | 724   |
| Personal base  |                       |         | 43      | 104     | 88    |
| Total  |                       |         | 602     | 1.304   | 1.048 |
| <b>Promedio de horas de formación por grupo profesional y sexo</b> |                       |         |         |         |       |
| Directivos y gerentes  | Promedio horas Mujer  | 96,9    | 2,9     | 7,1     |       |
|  | Promedio horas Hombre | 10,2    | 36,5    | 24,0    |       |
|  | Total horas formación | 1.371   | 3.917   | 2.869   |       |
| Mandos y Coordinadores   | Promedio horas Mujer  | 18,1    | 27,6    | 30,0    |       |
|  | Promedio horas Hombre | 14,3    | 26,3    | 30,4    |       |
|  | Total horas formación | 176.187 | 305.041 | 339.031 |       |
| Técnicos   | Promedio horas Mujer  | 20,2    | 29,7    | 37,4    |       |
|  | Promedio horas Hombre | 17,7    | 27,5    | 69,9    |       |
|  | Total horas formación | 71.859  | 115.080 | 191.741 |       |
| Profesionales  | Promedio horas Mujer  | 11,0    | 13,8    | 11,5    |       |
|  | Promedio horas Hombre | 9,9     | 14,4    | 12,6    |       |
|  | Total horas formación | 607.906 | 798.197 | 687.205 |       |
| Personal base  | Promedio horas Mujer  | 27,1    | 25,5    | 30,4    |       |
|  | Promedio horas Hombre | 17,5    | 18,8    | 27,6    |       |
|  | Total horas formación | 154.550 | 234.981 | 338.039 |       |

<sup>18</sup> Los datos de promedio anual de contratos fueron reportados por primera vez para el ejercicio 2019. Por este motivo, no se incluyen para el ejercicio 2018, debiendo de compararse el evolutivo con los datos de plantilla a cierre del ejercicio 2018. De igual modo, para los datos de promedios se han considerado todos los empleados de manera ponderada en función del tiempo que han formado parte de la plantilla. Así, el total, será la suma de los desgloses.

| Indicador                                      | 2020          |               |               | 2019          |               |               | 2018          |               |               |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|  | M             | H             | Media         | M             | H             | Media         | M             | H             | Media         |
| Remuneración media bruta por grupo profesional |               |               |               |               |               |               |               |               |               |
| Directivos y gerentes                          | 192.960       | 256.905       | 254.725       | 200.209       | 256.830       | 268.070       | 242.396       | 269.618       | 258.687       |
| Mandos y Coordinadores                         | 34.268        | 44.670        | 40.830        | 35.106        | 45.647        | 42.659        | 35.873        | 47.001        | 44.035        |
| Técnicos                                       | 31.856        | 35.710        | 33.278        | 31.268        | 35.509        | 34.749        | 32.490        | 36.133        | 35.618        |
| Profesionales                                  | 19.304        | 20.833        | 19.744        | 19.752        | 21.121        | 20.183        | 19.916        | 21.384        | 20.373        |
| Personal base                                  | 15.289        | 14.909        | 15.140        | 15.640        | 15.258        | 15.503        | 15.420        | 14.943        | 15.247        |
| <b>Total</b>                                   | <b>20.848</b> | <b>28.047</b> | <b>23.368</b> | <b>20.973</b> | <b>28.156</b> | <b>24.055</b> | <b>20.965</b> | <b>28.607</b> | <b>24.115</b> |

| Indicador                         | 2020          | 2019          | 2018          |
|-----------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Remuneración media bruta por edad |               |               |               |
| Menos de 30 años                  | 15.749        | 15.943        | 16.065        |
| De 30 a 50 años                   | 21.738        | 22.158        | 22.445        |
| Más de 50 años                    | 28.809        | 29.909        | 31.366        |
| <b>Total</b>                      | <b>23.368</b> | <b>23.473</b> | <b>23.650</b> |

| Distribución de mujeres por grupo profesional |      |      |      |
|---|------|------|------|
| Directivos y gerentes (%)                     | 5,4  | 4,5  | 4,8  |
| Mandos y Coordinadores (%)                    | 37,4 | 37,1 | 34,2 |
| Técnicos (%)                                  | 62,9 | 62,9 | 61,5 |
| Profesionales (%)                             | 69,9 | 71,2 | 71,3 |
| Personal base (%)                             | 59,3 | 64,3 | 63,7 |

| Distribución de mujeres por rango de edad |      |      |      |
|---|------|------|------|
| Menos de 30 años (%)                      | 56,4 | 60,6 | 59,6 |
| De 30 a 50 años (%)                       | 66,7 | 67,9 | 67,6 |
| Más de 50 años (%)                        | 61,2 | 61,6 | 60,7 |

| Empleados con derecho a baja por paternidad                                      |      |      |      |
|--|------|------|------|
| Empleados con derecho a la baja de maternidad/paternidad y que lo ejercieron (%) | 96,2 | 96,7 | 96,5 |
| Índice de reincorporación al trabajo (%)   | 77,6 | 79,1 | 80,5 |
| Índice de retención (1 año después) (%)  | 85,3 | 86,4 | 87,9 |

| Indicador   | 2020         |        |        | 2019         | 2018         |
|---|--------------|--------|--------|--------------|--------------|
|   | M (20)       | H (20) | T (20) | TOTAL (19)   | TOTAL (18)   |
| Tasa de absentismo (enfermedad común + accidente no laboral) por empresa y sexo <sup>20</sup>   |              |        |        |              |              |
| El Corte Inglés   | 7,75         | 5,17   | 6,74   | 4,74         | 4,23         |
| El Corte Inglés-Grandes Almacenes   | 2,83         | 1,90   | -      | -            | -            |
| Supercor  | 5,83         | 3,54   | 7,21   | 5,54         | 4,80         |
| Sfera   | 4,01         | 2,06   | 3,78   | 4,67         | 4,22         |
| Centro de Seguros y Servicios   | 9,47         | 6,14   | 8,44   | 4,59         | 3,65         |
| Seguros El Corte Inglés   | 6,03         | 0,90   | 4,13   | 3,16         | 2,97         |
| Grupo Viajes  | 4,64         | 2,92   | 4,27   | 3,70         | 3,61         |
| Número de horas de absentismo (enfermedad común + accidente no laboral)                         |              |        |        |              |              |
| <b>Total</b>  | 8.889.500,97 |        |        | -            | -            |
| Número de horas de absentismo por accidente laboral   |              |        |        |              |              |
| <b>Total</b>  | 235.271,8    |        |        | -            | -            |
| Número de casos de accidente relacionados con el trabajo con baja laboral                       |              |        |        |              |              |
| Mujer   | 800          |        |        | 930          | 1.012        |
| Hombre  | 546          |        |        | 642          | 714          |
| <b>Total</b>  | <b>1.346</b> |        |        | <b>1.572</b> | <b>1.726</b> |
| Número de fallecimientos como resultado de accidentes relacionados con el trabajo <sup>19</sup> |              |        |        |              |              |
| Mujer   | 0            |        |        | 0            | 0            |
| Hombre  | 2            |        |        | 0            | 0            |
| <b>Total</b>  | <b>2</b>     |        |        | <b>0</b>     | <b>0</b>     |
| Número de casos de enfermedades relacionadas con el trabajo                                     |              |        |        |              |              |
| Mujer   | 19           |        |        | 29           | 26           |
| Hombre  | 7            |        |        | 19           | 12           |
| <b>Total</b>  | <b>26</b>    |        |        | <b>48</b>    | <b>38</b>    |

<sup>19</sup> Los dos casos de fallecimiento registrados en 2020 fueron ocasionados por accidentes cardiovasculares.

<sup>20</sup> Los datos correspondientes a Sfera para el ejercicio 2020 están calculados hasta el mes de octubre de 2020. Debido a la disponibilidad de los datos en la herramienta corporativa del Grupo no es posible reportar los datos agregados para todo el ejercicio, quedando los datos correspondientes a partir de esa fecha incorporados a El Corte Inglés. Asimismo, El Corte Inglés incorpora desde el 1 de octubre de 2019 los datos relativos a Bricor.

| Indicador   | 2020     |        |        | 2019         | 2018         |
|---|----------|--------|--------|--------------|--------------|
| Número de fallecimientos como resultado de enfermedades relacionadas con el trabajo |          |        |        |              |              |
| Mujer   | 0        |        |        | 0            | 0            |
| Hombre  | 0        |        |        | 0            | 0            |
| <b>Total</b>  | <b>0</b> |        |        | <b>0</b>     | <b>0</b>     |
| Ratios de accidentabilidad laboral por empresa y sexo <sup>20</sup>                 |          |        |        |              |              |
| Frecuencia: (Nº casos/horas trabajadas) *1.000.000                                  | M (20)   | H (20) | T (20) | TOTAL (2019) | TOTAL (2018) |
| El Corte Inglés   | 11,75    | 12,01  | 11,85  | 12,94        | 13,745       |
| El Corte Inglés-Grandes Armazéns  | 16,65    | 23,05  | 18,57  | -            | -            |
| Supercor  | 16,59    | 20,78  | 18,47  | 28,14        | 27,41        |
| Sfera   | 2,89     | 3,13   | 2,92   | 10,42        | 11,58        |
| Centro de Seguros y Servicios   | 0,00     | 0,00   | 0,00   | 1,15         | 0,61         |
| Seguros El Corte Inglés   | 4,22     | 1,81   | 3,46   | 7,99         | 0,00         |
| Grupo Viajes  | 1,69     | 1,72   | 1,70   | 2,32         | 1,30         |
| Gravedad: (Días perdidos/horas laborables) *1.000                                   | M (20)   | H (20) | T (20) | TOTAL (2019) | TOTAL (2018) |
| El Corte Inglés   | 0,28     | 0,25   | 0,27   | 0,26         | 0,28         |
| El Corte Inglés-Grandes Armazéns  | 0,67     | 0,41   | 0,49   | 0,26         | 0,29         |
| Supercor  | 0,24     | 0,40   | 0,31   | 0,50         | 0,49         |
| Sfera   | 0,02     | 0,02   | 0,02   | 0,16         | 0,20         |
| Centro de Seguros y Servicios   | 0,00     | 0,00   | 0,00   | 0,02         | 0,01         |
| Seguros El Corte Inglés   | 0,11     | 0,04   | 0,09   | 0,05         | 0,00         |
| Grupo Viajes  | 0,03     | 0,09   | 0,08   | 0,06         | 0,02         |
| Incidencia: (Nº casos/plantilla) *100   | M (20)   | H (20) | T (20) | TOTAL (2019) | TOTAL (2018) |
| El Corte Inglés   | 1,32     | 1,59   | 1,42   | 1,47         | 1,55         |
| El Corte Inglés-Grandes Armazéns  | 3,60     | 3,30   | 3,40   | 1,47         | 1,55         |
| Supercor  | 1,76     | 2,48   | 2,06   | 2,96         | 2,95         |
| Sfera   | 0,26     | 0,32   | 0,27   | 1,02         | 1,15         |
| Centro de Seguros y Servicios   | 0,00     | 0,00   | 0,00   | 0,13         | 0,07         |
| Seguros El Corte Inglés   | 0,21     | 0,46   | 0,38   | 1,16         | 0,00         |
| Grupo Viajes  | 2,70     | 2,99   | 2,76   | 0,18         | -            |

<sup>20</sup> Los datos correspondientes a Sfera para el ejercicio 2020 están calculados hasta el mes de octubre de 2020. Debido a la disponibilidad de los datos en la herramienta corporativa del Grupo no es posible reportar los datos agregados para todo el ejercicio, quedando los datos correspondientes a partir de esa fecha incorporados a El Corte Inglés. Asimismo, El Corte Inglés incorpora desde el 1 de octubre de 2019 los datos relativos a Bricor.

## SOCIEDAD

| Indicador      | 2020                                 |                   |                                      |                                      |   |  |
|----------------|--------------------------------------|-------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|---|--|
|                | Tributos soportados (miles de euros) |                   |                                      | Tributos recaudados (miles de euros) |   |  |
|                | Impuestos sobre beneficios pagados   | Resto de tributos | Cuotas S.S. por cuenta de la empresa | Retención IRPF a los trabajadores    | Cotización a la S.S. por cuenta de los trabajadores | Tributos recaudados excluida retención IRPF a los trabajadores |
| Argentina      | 1,1                                  | 50,1              | 42,4                                 | 13,1                                 | 51,7  | 70,9   |
| Bangladesh     | -                                    | 0,8               | -                                    | -                                    | -   | -  |
| Chile          | 11,2                                 | 70,8              | 84,2                                 | 79,7                                 | 414,0   | 160,4  |
| China          | 32,3                                 | 49,6              | 798,1                                | -                                    | -   | 506,0  |
| Colombia       | 11,8                                 | 158,5             | 45,5                                 | 3,3                                  | 20,2  | 28,4   |
| Ecuador        | -                                    | 22,8              | 18,2                                 | 0,3                                  | 14,8  | 5,7  |
| España         | 22.825,5                             | 157.166,5         | 480.169,3                            | 203.936,9                            | 140.637,8   | 544.373,8  |
| Francia        | -                                    | 9,6               | 38,1                                 | 23,5                                 | 29,6  | 50,8   |
| Grecia         | -                                    | 6,4               | 117,6                                | 21,0                                 | 92,7  | 450,6  |
| Hong Kong      | 25,6                                 | 0,1               | 41,0                                 | -                                    | -   | -  |
| India          | -                                    | -                 | 0,4                                  | -                                    | -   | -  |
| Italia         | 4,8                                  | 8,9               | 26,4                                 | 17,5                                 | 7,4   | 6,1  |
| Marruecos      | -                                    | 2,2               | 59,2                                 | -                                    | -   | -  |
| México         | 886,3                                | 427,7             | 810,0                                | 717,6                                | 303,2   | 7,3  |
| Panamá         | 204,2                                | 62,4              | 57,7                                 | 9,0                                  | 20,8  | -  |
| Perú           | 5,4                                  | 111,7             | 40,3                                 | 24,2                                 | -   | 30,2   |
| Polonia        | -                                    | -                 | 55,8                                 | 12,7                                 | 56,5  | 159,5  |
| Portugal       | 5.802,2                              | 1.498,0           | 10.676,8                             | 7.842,0                              | 5.116,1   | 34.667,5   |
| R.Dominicana   | -                                    | 5,4               | 2,3                                  | 5,7                                  | 0,7   | 8,4  |
| Turquía        | -                                    | 0,1               | 106,8                                | -                                    | -   | -  |
| Estados Unidos | 1,8                                  | 64,4              | 34,4                                 | 56,2                                 | 33,8  | 157,6  |
| Uruguay        | 3,2                                  | 18,5              | 5,0                                  | 4,5                                  | 9,5   | 3,6  |
| <b>Total</b>   | <b>29.792,9</b>                      | <b>159.734,6</b>  | <b>493.229,6</b>                     | <b>212.767,2</b>                     | <b>146.808,6</b>                                    | <b>580.686,6</b>   |

| Indicador      | 2020                                      |   |   |  |                                      |
|----------------|---|---|---|--|--------------------------------------|
|                | Miles de euros                            |   |   |  |                                      |
|                | Ingresos procedentes de ventas a terceros | Ingresos de transacciones intragrupo con otros países | Resultado antes de impuestos y ajustes de consolidación | Activos tangibles distintos de efectivo y equivalentes de efectivo | Impuestos sobre Sociedades devengado |
| Argentina      | 1.591,4                                   | 49,8  | -948,8  | 1.597,3  | -73,4                                |
| Chile          | 13.484,8                                  | 1.408,6   | -1.771,0  | 5.282,3  | 74,4                                 |
| China          | 133,4                                     | 8.572,0   | 330,9   | 25,3   | 19,3                                 |
| Colombia       | 3.630,5                                   | 37,8  | -346,2  | 619,4  | -35,4                                |
| Ecuador        | 1.247,1                                   | 15,0  | -225,7  | 431,5  | 0,0                                  |
| España         | 10.176.724,9                              | 781.469,7   | -2.373.623,0  | 7.975.041,2  | -53.170,9                            |
| Francia        | 797,0                                     | 0,0   | -215,6  | 23,9   | 0,0                                  |
| Grecia         | 2.767,1                                   | 0,0   | -1.315,6  | 1.585,2  | 0,0                                  |
| Hong Kong      | 93,5                                      | 2.823,9   | 140,1   | 201,8  | -7,0                                 |
| Italia         | 180,9                                     | 0,0   | -190,8  | 10,5   | -2,5                                 |
| México         | 92.916,6                                  | 909,7   | -11.623,1   | 49.595,3   | 4.696,8                              |
| Panamá         | 1.875,3                                   | 55,1  | -422,1  | 1.346,9  | 31,3                                 |
| Perú           | 3.031,8                                   | 17,9  | -694,1  | 837,7  | 29,5                                 |
| Polonia        | 1.454,8                                   | 0,0   | -1.928,7  | 1.786,7  | 0,0                                  |
| Portugal       | 397.663,0                                 | 3.862,4   | -85.815,8   | 335.266,5  | 756,5                                |
| R.Dominicana   | 353,4                                     | 9,6   | -92,0   | 203,3  | -3,4                                 |
| Estados Unidos | 1.283,9                                   | 1.334,9   | -830,8  | 2.466,6  | -15,1                                |
| Uruguay        | 549,0                                     | 20,7  | -138,3  | 392,4  | -3,2                                 |
| <b>Total</b>   | <b>10.699.778,4</b>                       | <b>800.587,1</b>                                      | <b>-2.479.710,6</b>                                     | <b>8.376.713,8</b>   | <b>-47.703,1</b>                     |

## II. 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 | Pacto Mundial | ODS |
|--|--|---|---|---------------|-----|
| GRI 102: CONTENIDOS GENERALES                              |  |   |   |               |     |
| Perfil de la organización                                  |  |   |   |               |     |
| <b>102-1</b><br>Nombre de la organización                  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sobre este informe (p. 201).</li> </ul>  |   |               |     |
| <b>102-2</b><br>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>Nuestro modelo de negocio (p. 18-25).</li> <li>Nuestras líneas de actividad (p. 50-83).</li> <li>El cliente (p. 86-111).</li> </ul>  |   |               |     |
| <b>102-3</b><br>Localización de la sede                    |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Canales de comunicación y contacto (p. 206).</li> </ul>  |   |               |     |
| <b>102-4</b><br>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>Implantación del Grupo El Corte Inglés (p. 56-61).</li> <li>La cadena de suministro global y diversificada (p. 136-139).</li> </ul>  |   |               |     |
| <b>102-5</b><br>Propiedad y forma jurídica                 |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Estructura accionarial (p. 37)</li> <li>Sobre este informe (p. 201).</li> </ul>  |   |               |     |
| <b>102-6</b><br>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>Implantación del Grupo El Corte Inglés (p. 56).</li> <li>Nuestras líneas de actividad (p. 70-73).</li> </ul>   |   |               |     |
| <b>102-7</b><br>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>Nuestro modelo de negocio (p. 18-25).</li> <li>Nuestras líneas de actividad (p. 50-83).</li> <li>Nuestro equipo en 2020 (p. 113).</li> <li>Anexo I. Tabla de indicadores no financieros (p. 211-222).</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 | Pacto Mundial | ODS          |
|--|---|--|---|---------------|--------------|
| <b>102-8</b><br>Información sobre empleados y otros trabajadores<br><br><b>Marco interno:</b><br>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>Nuestro equipo (p. 112-117).</li> <li>Organización del tiempo de trabajo (p. 124).</li> <li>Anexo I. Tabla de indicadores no financieros (p. 211-222).</li> </ul> |   | 6             | 8.5/<br>10.3 |
| <b>102-9</b><br>Cadena de suministro<br><br><b>Marco interno:</b><br>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>La cadena de suministro (p. 136-147).</li> </ul>  |   |               |              |
| <b>102-10</b><br>Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Carta de la Presidenta (p. 5-7).</li> <li>Nuestro modelo de negocio (p. 18-25).</li> <li>Sobre este informe (p. 201).</li> </ul>                                  |   |               |              |
| <b>102-11</b><br>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>Diligencia debida (p. 140-146).</li> <li>El medio ambiente (p. 148-168).</li> <li>La gestión de riesgos y oportunidades (p. 195).</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 | Pacto Mundial | ODS |
|--|--|--|---|---------------|-----|
| <b>102-12</b><br>Iniciativas externas  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Contribución a los ODS (p. 26-27).</li> <li>Ciclo de buenas prácticas (p. 141-146).</li> <li>Alianzas con grupos de interés (p. 146-147).</li> <li>Estrategia y política fiscal corporativa (p. 174-175).</li> </ul>  |   |               |     |
| <b>102-13</b><br>Afilación a asociaciones  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Acciones de asociación o patrocinio.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Vinculación con la sociedad (p. 178-186).</li> <li>Participación activa en organizaciones e instituciones (p. 187-188).</li> </ul>  |   |               |     |
| <b>Estrategia</b>  |  |  |   |               |     |
| <b>102-14</b><br>Declaración de altos ejecutivos Responsables de la toma de decisiones |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Carta de la Presidenta (p. 5-7).</li> </ul>   |   |               |     |
| <b>102-15</b><br>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. 5-7).</li> <li>Nuestro modelo de negocio (p. 18-25).</li> <li>Cumplimiento normativo (p. 37-40).</li> <li>La cadena de suministro (p. 136-147).</li> <li>El medio ambiente (p. 148-168).</li> <li>La gestión de riesgos y oportunidades (p. 190-198).</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 | Pacto Mundial | ODS        |
|--|--|--|---|---------------|------------|
| <b>Ética e Integridad</b>  |  |  |   |               |            |
| <b>102-16</b><br>Valores, principios, estándares y normas de conducta                          |  | • Nuestros principios, valores y compromisos (p. 30-32).   |   | 10            | 16.3       |
| <b>102-17</b><br>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>• Nuestros principios, valores y compromisos (p. 30-32).</li> <li>• Gestión de incidencias (p. 102).</li> <li>• Ciclo de buenas prácticas (canal de denuncias p. 145).</li> </ul> |   | 10            | 16.3       |
| <b>Gobernanza</b>  |  |  |   |               |            |
| <b>102-18</b><br>Estructura de gobernanza  |  | • Nuestro modelo de gobierno corporativo (p. 33-37).   |   |               |            |
| <b>102-19</b><br>Delegación de autoridad   |  | • Nuestro modelo de gobierno corporativo (p. 33-37).   |   |               |            |
| <b>102-20</b><br>Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales |  | • Nuestro modelo de gobierno corporativo (p. 33-37).   |   |               |            |
| <b>102-21</b><br>Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciclo de buenas prácticas (p. 141-146).</li> <li>• Alianzas con grupos de interés (p. 146).</li> <li>• Diálogo con los grupos de interés (p. 205-206).</li> </ul>               |   |               | 16.7       |
| <b>102-22</b><br>Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités                       |  | • Nuestro modelo de gobierno corporativo (p. 33-37).   |   |               | 5.5 / 16.7 |
| <b>102-23</b><br>Presidente del máximo órgano de gobierno                                      |  | • Nuestro modelo de gobierno corporativo (p. 33-37).   |   |               | 16.6       |
| <b>102-24</b><br>Nominación y selección del máximo órgano de gobierno                          |  | • Comisión de Nombramientos y Retribuciones (p. 36).   |   |               | 5.5 / 16.7 |
| <b>102-25</b><br>Conflictos de intereses   |  | • Nuestros principios, valores y compromisos (p. 30-32).   |   |               | 16.6       |

| Marco de reporting / Indicador GRI y descripción  | Contenidos de la Ley 11/2018 INF  | Apartado del Informe   | Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones  | Pacto Mundial | ODS  |
|---|---|--|--|---------------|------|
| <b>102-26</b><br>Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia  |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuestros principios, valores y compromisos (p. 30-32).</li> <li>• Nuestro modelo de gobierno corporativo (p. 33-37).</li> </ul>   |  |               |      |
| <b>102-27</b><br>Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno                                     |   | • Comisión de Nombramientos y Retribuciones (p. 36).   |  |               |      |
| <b>102-28</b><br>Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno                                     |   | • Comisión de Nombramientos y Retribuciones (p. 36).   |  |               |      |
| <b>102-29</b><br>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>• Comisión de Auditoría y Control (p. 35).</li> <li>• Comisión de RSC (p. 36).</li> <li>• Lucha contra el cambio climático - Análisis de riesgos (p. 161).</li> <li>• La gestión de riesgos y oportunidades (p. 195).</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memoria Consolidada Grupo ECI: Nota 25</li> </ul> |               | 16.7 |
| <b>Marco interno:</b><br>Seguro civil contratado por El Corte Inglés con prevención de riesgos ambientales. |   |  |  |               |      |
| <b>102-30</b><br>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>• La función de cumplimiento (p. 37-39).</li> <li>• Lucha contra la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales (p. 39-40).</li> <li>• Diligencia debida (p. 140-146).</li> <li>• El medio ambiente (p. 148-169).</li> <li>• La gestión de riesgos y oportunidades (p. 190-198).</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  | Pacto Mundial | ODS |
|--|--|---|--|---------------|-----|
| <b>102-31</b><br>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>Comisión de Auditoría y Control (p. 35).</li> <li>Comisión de RSC (p. 36).</li> </ul>  |  |               |     |
| <b>102-32</b><br>Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad                                     |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Comisión de RSC (p. 36).</li> </ul>  |  |               |     |
| <b>102-33</b><br>Comunicación de preocupaciones críticas   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>La función de cumplimiento (p. 37-38).</li> <li>La gestión de riesgos y oportunidades (p. 190-198).</li> </ul>   |  |               |     |
| <b>102-34</b><br>Naturaleza y número total de preocupaciones críticas  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>La gestión de riesgos y oportunidades (p. 190-198).</li> </ul>   |  |               |     |
| <b>102-35</b><br>Políticas de remuneración<br><br><b>Marco interno:</b><br>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>Remuneración del Consejo de Administración (p. 35).</li> <li>Comisión de Nombramientos y Retribuciones (p. 36).</li> <li>Las mejores prácticas laborales (p. 124-127).</li> <li>Anexo I. Nuestro Gobierno (p. 211).</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Memoria Consolidada Grupo ECI: Nota 24.2</li> </ul> |               |     |
| <b>102-36</b><br>Proceso para determinar la remuneración<br><br><b>Marco interno:</b><br>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>Comisión de Nombramientos y Retribuciones (p. 36).</li> <li>Modelo de retribución (p. 126).</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  | Pacto Mundial | ODS  |
|--|--|---|--|---------------|------|
| <b>102-37</b><br>Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Organización del tiempo de trabajo (p. 124).</li> <li>Modelo de retribución (p. 126).</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> |               | 16.7 |
| <b>Participación de los grupos de interés</b>                                |  |   |  |               |      |
| <b>102-40</b><br>Lista de grupos de interés                                  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Diálogo con los grupos de interés (p. 205-206).</li> </ul>   |  |               |      |
| <b>102-41</b><br>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>Organización del tiempo de trabajo (p. 124).</li> <li>Diálogo social (p. 124).</li> </ul>  |  | 3             | 8.8  |
| <b>102-42</b><br>Identificación y selección de grupos de interés             |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Diálogo con los grupos de interés (p. 205).</li> </ul>   |  |               |      |
| <b>102-43</b><br>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>Diálogo social (p. 124).</li> <li>Ciclo de buenas prácticas (p. 141-146)</li> <li>Alianzas con grupos de interés (p. 146)</li> <li>Sobre este informe (p. 201-206).</li> </ul> |  |               |      |
| <b>102-44</b><br>Temas y preocupaciones clave mencionados                    |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>La gestión de riesgos y oportunidades (p. 190-198).</li> <li>Análisis de materialidad (p. 202-203).</li> </ul>   |  |               |      |
| <b>Prácticas para la elaboración de informes</b>                             |  |   |  |               |      |
| <b>102-45</b><br>Entidades incluidas en los estados financieros consolidados |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sobre este informe (nota 13) (p. 201).</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                        | Pacto Mundial | ODS |
|---|----------------------------------|--|--|---------------|-----|
| <b>102-46</b><br>Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema       |                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sobre este informe (p. 201).</li> </ul>   |  |               |     |
| <b>102-47</b><br>Lista de temas materiales  |                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis de materialidad (p. 202-203).</li> </ul>   |  |               |     |
| <b>102-48</b><br>Reexpresión de la información  |                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Principales cifras económicas del Grupo (p. 52-53).</li> <li>Aportación a arcas públicas (p. 173).</li> <li>Sobre este informe (p. 201).</li> </ul> |  |               |     |
| <b>102-49</b><br>Cambios en la elaboración de informes  |                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sobre este informe (p. 201).</li> </ul>   |  |               |     |
| <b>102-50</b><br>Periodo objeto del informe   |                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sobre este informe (p. 201).</li> </ul>   |  |               |     |
| <b>102-51</b><br>Fecha del último informe   |                                  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 16 de junio 2020.</li> </ul> |               |     |
| <b>102-52</b><br>Ciclo de elaboración de informes   |                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sobre este informe (p. 201).</li> </ul>   |  |               |     |
| <b>102-53</b><br>Punto de contacto para preguntas sobre el informe                            |                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Canales de comunicación y contacto (p. 206).</li> </ul>   |  |               |     |
| <b>102-54</b><br>Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI |                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento de la regulación de reporting de la información no financiera (p. 202).</li> </ul>   |  |               |     |
| <b>102-55</b><br>Índice de contenidos GRI   |                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Anexo II. Índice de contenidos requeridos por la ley 11/2018 e indicadores GRI (p. 225-255).</li> </ul>   |  |               |     |
| <b>102-56</b><br>Verificación externa   |                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Informe de verificación independiente del Informe no financiero consolidado (p. 257-259).</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 | Pacto Mundial | ODS                         |
|--|---|---|---|---------------|-----------------------------|
| CONTENIDOS TEMÁTICOS   |   |   |   |               |                             |
| TEMAS ECONÓMICOS   |   |   |   |               |                             |
| Desempeño económico  |   |   |   |               |                             |
| <b>103</b><br>Enfoque de gestión   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Carta de la Presidenta (p. 5-7).</li> <li>Generación de valor económico y social (p. 173).</li> <li>Anexo I. Tabla de indicadores no financieros - Sociedad (p. 221-222).</li> </ul>     |   |               |                             |
| <b>201-1</b><br>Valor económico directo generado y distribuido   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.</li> <li>Acciones de asociación o patrocinio.</li> <li>Beneficios obtenidos por país.</li> <li>Impuestos sobre beneficios pagados.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Vinculación con la sociedad (p. 170-186).</li> <li>Aportaciones a las arcas públicas (p. 176).</li> <li>Anexo I. Tabla de indicadores no financieros - Sociedad (p. 221-222).</li> </ul> |   |               | 8.1 / 8.2 / 9.1 / 9.4 / 9.5 |
| <b>Marco interno:</b><br>cuantía de beneficios pagados   |   |   |   |               |                             |
| <b>201-2</b><br>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>El medio ambiente - Análisis de riesgos (p. 161).</li> <li>La gestión de riesgos y oportunidades (p. 195).</li> </ul>  |   |               | 13.1                        |
| <b>201-3</b><br>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>Remuneración del Consejo de Administración (p. 35).</li> <li>Anexo I. Tabla de indicadores no financieros - Nuestro Gobierno (p.211).</li> <li>Ver Memoria Anual Consolidada.</li> </ul> |   |               |                             |
| <b>201-4</b><br>Asistencia financiera recibida del gobierno  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Subvenciones públicas recibidas.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Aportaciones a las arcas públicas (p. 176).</li> <li>Anexo I. Tabla de indicadores no financieros - Sociedad (p. 221-222).</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  | Pacto Mundial | ODS                    |
|---|--|--|--|---------------|------------------------|
| Presencia en el mercado   |  |  |  |               |                        |
| <b>103</b><br>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>Nuestro modelo de negocio (p. 18-25).</li> <li>Nuestras líneas de actividad (p. 50-83).</li> </ul>  |  |               |                        |
| <b>202-1</b><br>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>Modelo de retribución (p. 126).</li> </ul>  |  |               | 1.2 / 5.1              |
| <b>202-2</b><br>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> |               | 8.5                    |
| <b>Impactos económicos indirectos</b>   |  |  |  |               |                        |
| <b>103</b><br>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>Nuestro equipo en 2020 (p. 114-117).</li> <li>Proveedores en España y Portugal (p. 140).</li> </ul>   |  |               |                        |
| <b>203-1</b><br>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>Anexo I. Tabla de indicadores no financieros-Sociedad (p. 221-222).</li> <li>Nuestra vinculación con la sociedad (pág. 178-186).</li> </ul> |  |               | 5.4 / 9.1 / 9.4 / 11.2 |

| Marco de reporting / Indicador GRI y descripción                                  | Contenidos de la Ley 11/2018 INF   | Apartado del Informe   | Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones | Pacto Mundial | ODS                               |
|---|--|--|---|---------------|-----------------------------------|
| <b>203-2</b><br>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>Anexo I. Tabla de indicadores no financieros-Sociedad (p. 221-222).</li> <li>Nuestra vinculación con la sociedad (pág. 178-186).</li> </ul>           |   |               | 1.2 / 1.4 / 3.8 / 8.2 / 8.3 / 8.5 |
| <b>Prácticas de adquisición</b>   |  |  |   |               |                                   |
| <b>103</b><br>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>Diligencia debida (p. 140-146).</li> </ul>  |   |               |                                   |
| <b>204-1</b><br>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>Una cadena de suministro global y diversificada (p. 138-139).</li> <li>Proveedores en España y Portugal (p. 140).</li> </ul>                          |   |               | 8.3                               |
| <b>Anticorrupción</b>   |  |  |   |               |                                   |
| <b>103</b><br>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>Nuestros principios, valores y compromisos (p. 30-32).</li> <li>Lucha contra la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales (p. 41).</li> </ul> |   |               |                                   |
| <b>205-1</b><br>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>Cumplimiento normativo (p. 161).</li> <li>Diligencia Debida (p. 37-41).</li> </ul>  |   | 10            | 16.5                              |

| Marco de reporting / Indicador GRI y descripción   | Contenidos de la Ley 11/2018 INF   | Apartado del Informe   | Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones   | Pacto Mundial | ODS  |
|--|--|--|---|---------------|--|
| <b>205-2</b><br>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>Lucha contra la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales (p. 161).</li> </ul>  |   | 10            | 16.5                                       |
| <b>205-3</b><br>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>Cumplimiento normativo (p. 37-41).</li> </ul>   |   | 10            | 16.5                                       |
| <b>Competencia desleal</b>   |  |  |   |               |  |
| <b>103</b><br>Enfoque de gestión   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento normativo (p. 37-41).</li> </ul>   |   |               |  |
| <b>206-1</b><br>Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopolísticas y contra la libre competencia |  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Durante 2020 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> |               | 16.3                                       |
| <b>Fiscalidad</b>  |  |  |   |               |  |
| <b>103</b><br>Enfoque de gestión   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>La Sociedad (p. 170-176).</li> </ul>  |   |               |  |
| <b>207-1</b> (2019)<br>Enfoque fiscal  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Los beneficios obtenidos país por país; los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas.</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Generación de valor económico y social (p.173-176).</li> </ul>  |   |               | 1.1 /<br>1.3 /<br>10.4 /<br>17.1 /<br>17.3 |
| <b>207-2</b> (2019)<br>Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Los beneficios obtenidos país por país; los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas.</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Aportación a arcas públicas (p. 176).</li> <li>Anexo I. Tabla de indicadores no financieros-Sociedad (p. 221-222).</li> </ul> |   |               | 1.1 /<br>1.3 /<br>10.4 /<br>17.1 /<br>17.3 |

| Marco de reporting / Indicador GRI y descripción   | Contenidos de la Ley 11/2018 INF  | Apartado del Informe   | Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones  | Pacto Mundial | ODS  |
|--|---|--|--|---------------|--|
| <b>207-3</b> (2019)<br>Participación de grupos de interés y gestión de inquietudes en materia fiscal | <ul style="list-style-type: none"> <li>Los beneficios obtenidos país por país; los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Aportación a arcas públicas (p. 176).</li> <li>Anexo I. Tabla de indicadores no financieros-Sociedad (p. 221-222).</li> </ul>   |  |               | 1.1 /<br>1.3 /<br>10.4 /<br>17.1 /<br>17.3 |
| <b>207-4</b> (2019)<br>Presentación de informes país por país  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Los beneficios obtenidos país por país; los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Aportación a arcas públicas (p. 176).</li> <li>Anexo I. Tabla de indicadores no financieros-Sociedad (p. 221-222).</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Información complementaria contenida en la Memoria Consolidada del ejercicio 2020.</li> <li>Memoria Consolidada Grupo ECI: Nota 22</li> </ul> |               | 1.1 /<br>1.3 /<br>10.4 /<br>17.1 /<br>17.3 |
| <b>TEMAS AMBIENTALES</b>   |   |  |  |               |  |
| <b>Materiales</b>  |   |  |  |               |  |
| <b>103</b><br>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>Economía Circular-Proyectos (p. 151-152).</li> <li>Residuo Cero (p. 153-157).</li> <li>Lucha contra el cambio climático (p. 161-164).</li> <li>La sociedad - Compromiso social (p. 181-186).</li> </ul> |  |               |  |
| <b>301-1</b><br>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>Economía Circular-Proyectos (p. 151-152).</li> <li>Residuo Cero (p. 153-157).</li> <li>Lucha contra el cambio climático (p. 161-169).</li> </ul>  |  | 7             | 8.4 /<br>12.2                              |
| <b>301-2</b><br>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>Economía Circular-Proyectos (p. 151-152).</li> <li>Residuo Cero (p. 153-157).</li> </ul>  |  | 8             | 8.4 /<br>12.2 /<br>12.5                    |

| Marco de reporting / Indicador GRI y descripción                                     | Contenidos de la Ley 11/2018 INF   | Apartado del Informe  | Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones | Pacto Mundial | ODS                                       |
|--|--|---|---|---------------|---|
| <b>301-3</b><br>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>Economía Circular-Proyectos (p. 151-152).</li> <li>Residuo Cero (p. 153-157).</li> <li>Lucha contra el cambio climático (p. 161-169).</li> </ul>   |   | 8             | 8.4 /<br>12.2 /<br>12.5                   |
| <b>Energía</b>   |  |   |   |               |   |
| <b>103</b><br>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>Lucha contra el cambio climático-Gobernanza y estrategia (p. 161).</li> <li>Consumo y eficiencia energética (p. 165-166).</li> </ul>   |   |               |   |
| <b>302-1</b><br>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>Consumo y eficiencia energética (p. 165-166).</li> </ul>   |   | 7 y 8         | 7.2 /<br>7.3 /<br>8.4 /<br>12.2 /<br>13.1 |
| <b>302-3</b><br>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>Consumo y eficiencia energética (p. 165-166).</li> </ul>   |   | 8             | 7.3 /<br>8.4 /<br>12.2 /<br>13.1          |
| <b>302-4</b><br>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>Nuestro modelo de negocio. Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (p. 26-27).</li> <li>Consumo y eficiencia energética (p. 165-166).</li> </ul>                               |   | 8 y 9         | 7.3 /<br>8.4 /<br>12.2 /<br>13.1          |
| <b>302-5</b><br>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>Movimiento por la sostenibilidad (p. 104-111).</li> <li>Lucha contra el cambio climático-Gobernanza y estrategia (p. 161).</li> <li>Consumo y eficiencia energética (p. 165-166).</li> </ul> |   | 8 y 9         | 7.3 /<br>8.4 /<br>12.2 /<br>13.1          |

| Marco de reporting / Indicador GRI y descripción                                  | Contenidos de la Ley 11/2018 INF  | Apartado del Informe | Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones   | Pacto Mundial | ODS                                      |
|---|---|----------------------|---|---------------|--|
| <b>Agua</b>   |   |                      |   |               |  |
| <b>103</b><br>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>El abastecimiento de agua del Grupo proviene de redes de abastecimiento públicas y autorizadas.</li> </ul>   |               |  |
| <b>303-1</b> (2018)<br>Interacción con el agua como recurso compartido            | <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>El abastecimiento de agua del Grupo proviene de redes de abastecimiento públicas y autorizadas.</li> </ul>   |               |  |
| <b>303-2</b> (2018) Gestión de los impactos relacionados con los vertidos 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>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> (2018)<br>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>El abastecimiento de agua del Grupo proviene de redes de abastecimiento públicas y autorizadas carentes de impacto sobre hábitats protegidos.</li> </ul>   | 7 y 8         | 6.3 /<br>6.4 /<br>6.A /<br>6.B /<br>12.4 |
| <b>303-4</b> (2018)<br>Vertido 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>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  | Pacto Mundial | ODS |
|---|--|----------------------|--|---------------|-----|
| <b>303-5</b> (2018)<br>Consumo total de agua en la organización   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Consumo total de agua de todas las zonas.</li> </ul>  |                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>El abastecimiento de agua del Grupo proviene de redes de abastecimiento públicas y autorizadas. El agua consumida en el ejercicio 2020 alcanzó los 2.449.245m<sup>3</sup>, frente a 2.866.019m<sup>3</sup> en 2019 y 2.873.949m<sup>3</sup> en 2018.</li> </ul> |               |     |
| <b>Biodiversidad</b>  |  |                      |  |               |     |
| <b>103</b><br>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><br>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>Considerando la actividad empresarial del Grupo El Corte Inglés este indicador no es material.</li> </ul>   |               |     |
| <b>304-2</b><br>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>Considerando la actividad empresarial del Grupo El Corte Inglés este indicador no es material.</li> </ul>   |               |     |
| <b>304-3</b><br>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>Considerando la actividad empresarial del Grupo El Corte Inglés este indicador no es 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  | Pacto Mundial | ODS                             |
|--|---|---|--|---------------|---------------------------------|
| <b>304-4</b><br>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>Considerando la actividad empresarial del Grupo El Corte Inglés este indicador no es material.</li> </ul> |               |                                 |
| <b>Emisiones</b>   |   |   |  |               |                                 |
| <b>103</b><br>Enfoque de gestión   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Emisiones de Gases de Efecto Invernadero.</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>Lucha contra el cambio climático (p. 161-169).</li> </ul>  |  |               |                                 |
| <b>305-1</b><br>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>Lucha contra el cambio climático (p. 161-169).</li> </ul>  |  | 7 y 8         | 3.9 / 12.4 / 13.1 / 14.3 / 15.2 |
| <b>305-2</b><br>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>Lucha contra el cambio climático (p. 161-169).</li> </ul>  |  | 7 y 8         | 3.9 / 12.4 / 13.1 / 14.3 / 15.2 |
| <b>305-3</b><br>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>Lucha contra el cambio climático (p. 161-169).</li> </ul>  |  | 7 y 8         | 3.9 / 12.4 / 13.1 / 14.3 / 15.2 |
| <b>305-4</b><br>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>Lucha contra el cambio climático (p. 161-169).</li> </ul>  |  | 7 y 8         | 13.1 / 14.3 / 15.2              |
| <b>305-5</b><br>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>Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (p. 26-27).</li> <li>Lucha contra el cambio climático. Indicadores de desempeño (p. 161).</li> </ul> |  | 7 y 8         | 14.3 / 15.2                     |
| <b>305-6</b><br>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 SAO.</li> </ul>  | 7 y 8         | 3.9 / 12.4                      |

| Marco de reporting / Indicador GRI y descripción   | Contenidos de la Ley 11/2018 INF  | Apartado del Informe  | Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones  | Pacto Mundial | ODS  |
|--|---|---|--|---------------|--|
| <b>305-7</b><br>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 (incluye también 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> | 7 y 8         | 3.9 /<br>12.4 /<br>14.3 /<br>15.2  |
| <b>Efluentes y residuos</b>  |   |   |  |               |  |
| <b>103</b><br>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>Economía Circular-Proyectos (p. 151-152).</li> <li>Residuo Cero (p. 153-157).</li> </ul> |  |               |  |
| <b>306-1</b><br>Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos             | <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>Economía Circular-Proyectos (p. 151-152).</li> <li>Residuo Cero (p. 153-157).</li> </ul> |  | 8             | 3.9 /<br>6.3 /<br>6.4 /<br>6.6 /<br>11.6 /<br>12.4 /<br>12.5 /<br>14.1   |
| <b>306-2</b><br>Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos                           | <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>Economía Circular-Proyectos (p. 151-152).</li> <li>Residuo Cero (p. 153-157).</li> </ul> |  | 8             | 3.9 /<br>6.3 /<br>11.6 /<br>12.4 /<br>12.5                               |
| <b>306-3</b><br>Residuos generados   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Economía Circular-Proyectos (p. 151-152).</li> <li>Residuo Cero (p. 153-157).</li> </ul> |  | 8             | 3.9 /<br>6.3 /<br>6.6 /<br>11.6 /<br>12.4 /<br>12.5 /<br>14.1 /<br>15.1  |
| <b>306-4</b><br>Residuos no destinados a eliminación   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Residuo Cero (p. 153-157).</li> </ul>  |  | 8             | 3.9 /<br>11.6 /<br>12.4 /<br>12.5  |
| <b>306-5</b><br>Residuos destinados a eliminación  |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Residuo Cero (p. 153-157).</li> </ul>  |  | 8             | 3.9 /<br>6.6 /<br>11.6 /<br>12.4 /<br>12.5 /<br>14.2 /<br>15.1 /<br>15.5 |

| Marco de reporting / Indicador GRI y descripción   | Contenidos de la Ley 11/2018 INF  | Apartado del Informe  | Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones  | Pacto Mundial | ODS  |
|--|---|---|--|---------------|------|
| <b>Cumplimiento ambiental</b>  |   |   |  |               |      |
| <b>103</b><br>Enfoque de gestión   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento normativo (p. 37-41).</li> <li>El medio ambiente (p. 149-168).</li> </ul> |  |               |      |
| <b>307-1</b><br>Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Provisiones y garantías para riesgos ambientales.</li> </ul>   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Durante 2020 y 2019 no se han recibido sanciones económicamente significativas por incumplimiento de la normativa en relación a temas medioambientales. En este sentido, El Corte Inglés cuenta con un seguro civil para cubrir sus riesgos ambientales.</li> <li>Memoria Consolidada Grupo ECI: Nota 25</li> </ul> | 8             | 16.3 |
| <b>Marco interno:</b><br>Seguro civil contratado por El Corte Inglés con prevención de riesgos ambientales.                  |   |   |  |               |      |
| <b>Evaluación ambiental de proveedores</b>   |   |   |  |               |      |
| <b>103</b><br>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>Ciclo de buenas prácticas (p. 141-145).</li> </ul>                                     |  |               |      |
| <b>308-1</b><br>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>Ciclo de buenas prácticas (p. 141-145).</li> </ul>                                     |  | 8             |      |
| <b>308-2</b><br>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>Ciclo de buenas prácticas (p. 141-145).</li> </ul>                                     |  | 8             |      |

| Marco de reporting / Indicador GRI y descripción  | Contenidos de la Ley 11/2018 INF   | Apartado del Informe  | Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones   | Pacto Mundial | ODS                             |
|---|--|---|---|---------------|---------------------------------|
| <b>TEMAS SOCIALES</b>   |  |   |   |               |                                 |
| <b>Empleo</b>   |  |   |   |               |                                 |
| <b>103</b><br>Enfoque de gestión  | <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>Un año condicionado por el Covid (p. 43-49).</li> <li>Atracción y retención del talento (p. 118-119).</li> </ul>   |   |               |                                 |
| <b>Marco interno:</b><br>Descripción cualitativa de la organización del tiempo de trabajo                                   |  |   |   |               |                                 |
| <b>401-1</b><br>Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal   | <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>Atracción y retención del talento (p. 118-119).</li> <li>Anexo I. Tabla de indicadores no financieros - Detalle de las bajas no voluntarias (p. 217).</li> </ul>         |   | 6             | 5.1 /<br>8.5 /<br>8.6 /<br>10.3 |
| <b>Marco interno:</b><br>sistema interno de RRHH del Grupo El Corte Inglés  |  |   |   |               |                                 |
| <b>401-2</b><br>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>Todos los empleados gozan de los mismos beneficios, con independencia del modelo de contrato.</li> </ul> |               | 3.2 /<br>5.4 /<br>8.5           |
| <b>401-3</b><br>Permiso parental  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas para facilitar la conciliación.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Igualdad de oportunidades (p. 130).</li> </ul>   |   | 6             | 5.1 /<br>5.4 /<br>8.5           |
| <b>Relaciones trabajador-empresa</b>  |  |   |   |               |                                 |
| <b>103</b><br>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>Organización del tiempo de trabajo (p. 130-132).</li> <li>Diálogo social (p. 124).</li> </ul>  |   |               |                                 |
| <b>402-1</b><br>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>Organización del tiempo de trabajo (p. 124).</li> <li>Diálogo social (p. 124).</li> </ul>  |   | 3             | 8.8                             |
| <b>Salud y Seguridad en el trabajo</b>  |  |   |   |               |                                 |
| <b>103</b><br>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>Un año condicionado por el Covid (p. 43-49).</li> <li>Un entorno de trabajo seguro y saludable (p. 133-175).</li> <li>Ciclo de buenas prácticas (p. 141-147).</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 | Pacto Mundial | ODS                            |
|--|---|--|---|---------------|--------------------------------|
| <b>403-1</b> (2018)<br>Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Un entorno de trabajo seguro y saludable (p. 133-175).</li> <li>Cadena de suministro - Ciclo de buenas prácticas (p. 141-147).</li> </ul>   |   |               | 8.8                            |
| <b>403-2</b> (2018)<br>Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Un entorno de trabajo seguro y saludable (p. 133-175).</li> <li>Indicadores de seguridad (p. 135).</li> <li>Anexo I. Tabla indicadores no financieros (p. 218-220).</li> <li>La gestión de Riesgos y oportunidades (p. 191-198).</li> </ul> |   |               | 3.3 /<br>3.9 /<br>8.8          |
| <b>403-3</b> (2018)<br>Servicios de salud en el trabajo  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Un entorno de trabajo seguro y saludable (p. 133-135).</li> </ul>   |   |               | 3.3 /<br>3.9 /<br>8.8          |
| <b>403-4</b> (2018)<br>Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo | <ul style="list-style-type: none"> <li>Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Un entorno de trabajo seguro y saludable (p. 133-135).</li> </ul>   |   |               | 8.8 /<br>16.7                  |
| <b>403-5</b> (2018)<br>Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo profesional - Formación (p. 122).</li> </ul>   |   |               | 8.8                            |
| <b>403-6</b> (2018)<br>Fomento de la salud de los trabajadores   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Un entorno de trabajo seguro y saludable (p. 133-135).</li> </ul>   |   |               | 3.3 /<br>3.5 /<br>3.7 /<br>3.8 |
| <b>403-8</b> (2018)<br>Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Balance de los convenios colectivos.</li> </ul>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Organización del tiempo de trabajo (p. 124).</li> </ul>   |   |               | 8.8                            |

| Marco de reporting / Indicador GRI y descripción                | Contenidos de la Ley 11/2018 INF  | Apartado del Informe   | Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones | Pacto Mundial | ODS  |
|---|---|--|---|---------------|--|
| <b>403-9</b> (2018)<br>Lesiones por accidente laboral           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo.</li> <li>Número de horas de absentismo.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Indicadores de seguridad (p. 135).</li> <li>Anexo I. Tabla de indicadores no financieros (p. 218-220).</li> </ul>               |   |               | 3.6 /<br>3.9 /<br>8.8 /<br>16.1                            |
| <b>403-10</b> (2018)<br>Dolencias y enfermedades laborales      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo.</li> <li>Número de horas de absentismo.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Indicadores de seguridad (p. 135).</li> <li>Anexo I. Tabla de indicadores no financieros (p. 218-220).</li> </ul>               |   |               | 3.3 /<br>3.4 /<br>3.9 /<br>8.8 /<br>16.1                   |
| <b>Formación y enseñanza</b>                                    |   |  |   |               |  |
| <b>103</b><br>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>La función de cumplimiento (p. 38-39).</li> <li>Formación (p. 120-123).</li> <li>Ciclo de buenas prácticas (p. 146).</li> </ul> |   |               |  |
| <b>404-1</b><br>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>Formación (p. 120-123).</li> <li>Anexo I. Tabla de indicadores no financieros-Nuestro equipo (p. 217).</li> </ul>               |   | 6             | 4.3 /<br>4.4 /<br>4.5 /<br>5.1 /<br>8.2 /<br>8.5 /<br>10.3 |

| Marco de reporting / Indicador GRI y descripción  | Contenidos de la Ley 11/2018 INF   | Apartado del Informe   | Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones | Pacto Mundial | ODS                    |
|---|--|--|---|---------------|------------------------|
| <b>404-2</b><br>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>Formación (p. 120-123).</li> <li>Ciclo de buenas prácticas (p. 146).</li> </ul> |   |               | 8.2 /<br>8.5           |
| <b>404-3</b><br>Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluación del desempeño (p. 123).</li> </ul>                                   |   | 6             | 5.1 /<br>8.5 /<br>10.3 |
| <b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>   |  |  |   |               |                        |
| <b>103</b><br>Enfoque de gestión  | <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>Nuestro equipo (p. 113-135).</li> </ul>   |   |               |                        |
| <b>Marco interno:</b><br>Descripción cualitativa de las principales actuaciones implementadas para garantizar la accesibilidad universal de las personas con discapacidad |  |  |   |               |                        |

| Marco de reporting / Indicador GRI y descripción  | Contenidos de la Ley 11/2018 INF  | Apartado del Informe   | Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones | Pacto Mundial | ODS              |
|---|---|--|---|---------------|------------------|
| <b>405-1</b><br>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>Consejo de Administración de El Corte Inglés a 28 de febrero de 2021 (p. 34).</li> <li>Nuestro equipo en 2020 (p. 113-117).</li> <li>Igualdad, diversidad e inclusión (p. 128-131).</li> <li>Anexo I. Tabla de indicadores no financieros-Nuestro equipo (p. 212-220).</li> </ul> |   | 6             | 5.1 / 5.5 / 8.5  |
| <b>405-2</b><br>Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres<br><br><b>Marco interno:</b><br>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>Modelo de retribución (p. 126).</li> <li>Anexos I. Tabla de indicadores no financieros-Nuestro equipo (p. 220).</li> </ul>  |   | 6             | 5.1 / 8.5 / 10.3 |
| <b>No discriminación</b>  |   |  |   |               |                  |
| <b>103</b><br>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>Nuestro equipo (p. 113-135).</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   | Pacto Mundial | ODS       |
|--|---|--|---|---------------|-----------|
| <b>406-1</b><br>Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas<br>Marco interno: 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>Nuestros principios, valores y compromisos (p. 30-31).</li> <li>Igualdad, diversidad e inclusión (p. 128-131).</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>En 2020 se recibieron 20 solicitudes de casos de acoso en España, de las cuales, se tramitaron solo 15.</li> </ul> |               | 5.1 / 8.8 |
| <b>Libertad de asociación y negociación colectiva</b>  |   |  |   |               |           |
| <b>103</b><br>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>Nuestro equipo (p. 113-135).</li> <li>La cadena de suministro (p. 137-147).</li> </ul>                                    |   |               |           |
| <b>407-1</b><br>Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo<br><br><b>Marco interno:</b><br>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>Ciclo de buenas prácticas (p. 141-147).</li> </ul>  |   | 3             | 8.8       |
| <b>Trabajo infantil</b>  |   |  |   |               |           |
| <b>103</b><br>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>Nuestro equipo (p. 113-135).</li> <li>La cadena de suministro (p. 137-147).</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 | Pacto Mundial | ODS        |
|---|---|---|---|---------------|------------|
| <b>408-1</b><br>Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil   | <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>Ciclo de buenas prácticas (p. 141-147).</li> </ul>                                       |   | 5             | 8.7 / 16.2 |
| <b>Marco interno:</b><br>Descripción cualitativa sobre el enfoque de la organización en relación a la abolición del trabajo infantil                |   |   |   |               |            |
| <b>Trabajo forzoso u obligatorio</b>  |   |   |   |               |            |
| <b>103</b><br>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>Nuestro equipo (p. 113-135).</li> <li>Ciclo de buenas prácticas (p. 141-147).</li> </ul> |   |               |            |
| <b>409-1</b><br>Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio  | <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>Ciclo de buenas prácticas (p. 141-147).</li> </ul>                                       |   | 4             | 8.7        |
| <b>Marco interno:</b><br>Descripción cualitativa sobre el enfoque de la organización en relación a la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio |   |   |   |               |            |
| <b>Prácticas en materia de seguridad</b>  |   |   |   |               |            |
| <b>103</b><br>Enfoque de gestión  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Prevención de los riesgos de vulneración de los Derechos Humanos.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>La cadena de suministro (p. 137-147).</li> </ul>   |   |               |            |
| <b>410-1</b><br>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> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Ciclo de buenas prácticas (p. 141-147).</li> </ul>                                       |   |               | 16.1       |

| Marco de reporting / Indicador GRI y descripción   | Contenidos de la Ley 11/2018 INF   | Apartado del Informe  | Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones  | Pacto Mundial | ODS |
|--|--|---|--|---------------|-----|
| <b>Evaluación de derechos humanos</b>  |  |   |  |               |     |
| <b>103</b><br>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>Nuestros principios, valores y compromisos (p. 30-31).</li> <li>Nuestro equipo (p. 113-135).</li> <li>La cadena de suministro (p. 137-147).</li> </ul> |  |               |     |
| <b>412-1</b><br>Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los 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>Ciclo de buenas prácticas (p. 141-147).</li> <li>Alianzas con grupos de interés (p. 146-147).</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>En el ejercicio 2020 no se recibió ninguna denuncia relativa a Derechos Humanos en la Cadena de Suministro por ninguno de los dos canales de denuncias de ECI (Canal Ético y el de amfori BSCI). En 2019 se recibieron dos denuncias que se gestionaron con la aplicación de la diligencia debida.</li> </ul> | 1 y 2         |     |
| <b>412-2</b><br>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>Ciclo de buenas prácticas (p. 141-147).</li> </ul>   |  | 1             |     |
| <b>412-3</b><br>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>Ciclo de buenas prácticas (p. 141-147).</li> <li>Alianzas con grupos de interés (p. 146-147).</li> </ul>   |  | 2             |     |

| Marco de reporting / Indicador GRI y descripción  | Contenidos de la Ley 11/2018 INF  | Apartado del Informe  | Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones | Pacto Mundial | ODS       |
|---|---|---|---|---------------|-----------|
| <b>Comunidades locales</b>  |   |   |   |               |           |
| <b>103</b><br>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>La sociedad (p. 171-188).</li> </ul>   |   |               |           |
| <b>413-1</b><br>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>Proveedores en España y Portugal (p. 140).</li> <li>La sociedad (p. 171-188).</li> </ul> |   | 1             |           |
| <b>413-2</b><br>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>Ciclo de buenas prácticas (p. 141-147).</li> </ul>                                       |   | 1 y 2         | 1.4 / 2.3 |
| <b>Evaluación social de los proveedores</b>   |   |   |   |               |           |
| <b>103</b><br>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>La cadena de suministro (p. 137-147).</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   | Pacto Mundial | ODS              |
|---|---|--|---|---------------|------------------|
| <b>414-1</b><br>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>Ciclo de buenas prácticas (p. 141-147).</li> </ul>  |   | 2             | 5.2 / 8.8 / 16.1 |
| <b>414-2</b><br>Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas  | <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>Ciclo de buenas prácticas (p. 141-147).</li> </ul>  |   | 2             | 5.2 / 8.8 / 16.1 |
| <b>Marco interno:</b><br>Descripción cualitativa de la consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental |   |  |   |               |                  |
| <b>Política pública</b>   |   |  |   |               |                  |
| <b>103</b><br>Enfoque de gestión  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nuestros principios, valores y compromisos (p. 30-31).</li> <li>Lucha contra la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales (p. 39-40).</li> <li>Vinculación con la sociedad (p. 178).</li> </ul> |   |               |                  |
| <b>415-1</b><br>Contribuciones a partidos y/o representantes políticos  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Vinculación con la sociedad (p. 178).</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>De acuerdo a lo establecido en el Código Ético del Grupo El Corte Inglés, ninguna empresa del Grupo ha realizado contribuciones a partidos políticos y/o sus representantes en el ej. 2020.</li> </ul> | 10            | 16.5             |
| <b>Salud y seguridad de los clientes</b>  |   |  |   |               |                  |
| <b>103</b><br>Enfoque de gestión  | <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>Calidad y seguridad (p. 96-99).</li> <li>Gestión de incidencias (p. 102).</li> </ul>  |   |               |                  |
| <b>Marco interno:</b><br>Información cuantitativa sobre quejas recibidas y su resolución  |   |  |   |               |                  |

| Marco de reporting / Indicador GRI y descripción  | Contenidos de la Ley 11/2018 INF   | Apartado del Informe   | Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones   | Pacto Mundial | ODS  |
|---|--|--|---|---------------|------|
| <b>416-1</b><br>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>Calidad y seguridad (p. 96-99).</li> <li>Anexo I. Tabla de indicadores no financieros - El Cliente (p. 211).</li> </ul> |   |               |      |
| <b>416-2</b><br>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 el ej. 2020 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 puestos a disposición de los consumidores.</li> </ul>       |               | 16.3 |
| <b>Marketing y etiquetado</b>   |  |  |   |               |      |
| <b>103</b><br>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>Calidad y seguridad (p. 96-99).</li> <li>Transparencia en la información (p. 103).</li> </ul>                           |   |               |      |
| <b>417-1</b><br>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>Calidad y seguridad (p. 96-99).</li> </ul>  |   |               | 12.8 |
| <b>417-2</b><br>Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios                    |  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Durante el ej. 2020 no se han recibido sanciones económicamente significativas por incumplimiento de la normativa en relación al etiquetado, presentación y/o información de los productos y/o servicios puestos a disposición de los consumidores.</li> </ul> |               | 16.3 |

| Marco de reporting / Indicador GRI y descripción  | Contenidos de la Ley 11/2018 INF  | Apartado del Informe  | Comentarios / Limitaciones al alcance u omisiones  | Pacto Mundial | ODS          |
|---|---|---|--|---------------|--------------|
| <b>417-3</b><br>Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing  |   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Durante el ej. 2020 no se han recibido sanciones económicamente significativas por incumplimiento de la normativa en relación a comunicaciones de marketing y/o comerciales.</li> </ul> |               | 16.3         |
| <b>Privacidad del cliente</b>   |   |   |  |               |              |
| <b>103</b><br>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>Gestión de incidencias (p. 102).</li> <li>Protección de datos (p. 103).</li> </ul>   |  |               |              |
| <b>418-1</b><br>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>Gestión de incidencias (p. 102).</li> <li>Protección de datos (p. 103).</li> <li>Nuestros principios, valores y compromisos (p. 30-31).</li> </ul> |  |               | 16.3 / 16.10 |
| <b>Cumplimiento socioeconómico</b>  |   |   |  |               |              |
| <b>103</b><br>Enfoque de gestión  |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento normativo (p. 37-39).</li> <li>La gestión de riesgos y oportunidades (p. 191-198).</li> </ul>   |  |               |              |
| <b>419-1</b><br>Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico                                      |   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Durante el ej. 2020 no se han recibido sanciones económicamente significativas por incumplimiento de la normativa en relación con cuestiones sociales y económicas.</li> </ul>          |               | 16.3         |

Informe de Verificación Independiente del Informe no Financiero Consolidado correspondiente al ejercicio anual finalizado el 28 de febrero de 2021

EL CORTE INGLÉS, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

## 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 28 de febrero de 2021, de El Corte Inglés, S.A. y sociedades dependientes (en adelante, el Grupo) que forma parte del Informe de Gestión consolidado del Grupo.

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

#### Responsabilidad de los Administradores

La formulación del INF incluido en el Informe de Gestión consolidado del Grupo, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Administradores de El Corte Inglés, S.A. El INF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los *Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative* (estándares GRI) 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 (NICCC 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.

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 del Grupo que han participado en la elaboración del INF, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el INF y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- ▶ Reuniones con el personal del Grupo para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- ▶ Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el INF del ejercicio 2020 en función del análisis de materialidad realizado por el Grupo 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 2020.
- ▶ 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 2020.
- ▶ Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el INF del ejercicio 2020 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.

**Conclusión**

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que el INF del Grupo correspondiente al ejercicio anual finalizado el 28 de febrero de 2021 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.

INSTITUTO DE CENSORES JURADOS DE CUENTAS DE ESPAÑA

ERNST & YOUNG, S.L.

2021 Núm. 01/21/13048 30,00 EUR

SELLO CORPORATIVO

Sello digital de otras actuaciones

ERNST & YOUNG, S.L.

Alberto Castilla Vida

16 de junio de 2021

El Corte Inglés

©2021 El Corte Inglés, S.A.  
Hermosilla, 112.  
28009 Madrid

[elcorteingles.es](http://elcorteingles.es)

Depósito Legal:  
M-20937-2021