

08

MEMORIA  
DE SOSTENIBILIDAD

MEMÒRIA  
DE SOSTENIBILITAT



**08**

**MEMORIA  
DE SOSTENIBILIDAD**

**MEMÒRIA  
DE SOSTENIBILITAT**

## ÍNDICE

Carta del presidente, Antoni Llopis Carta del director general, Juan Luis Durich			Carta del president, Antoni Llopis Carta del director general, Juan Luis Durich		
<b>01 SÍ AL COOPERATIVISMO.</b> NUESTRO MODELO FUNCIONA Órganos de representación y gestión Presentación Nuestra misión, visión y valores Nuestros grupos de interés Impactos, riesgos y oportunidades de sostenibilidad Desarrollo estratégico	<b>08</b>		<b>02 SÍ AL COOPERATIVISME.</b> EL NOSTRE MODEL FUNCIONA Òrgans de representació i gestió Presentació La missió, la visió i els nostres valors Els nostres grups d'interés Impactes, riscos i oportunitats de sostenibilitat Desenvolupament estratègic	<b>08</b>	
<b>02 SÍ A LA CONSOLIDACIÓN.</b> UN BUEN BALANCE Las cifras Las tiendas Las plataformas Los proveedores El producto Marketing responsable Innovación	<b>20</b>		<b>02 SÍ A LA CONSOLIDACIÓ.</b> UN BON BALANÇ Les xifres Les tendes Les plataformes Els proveïdors El producte Màrqueting responsable Innovació	<b>20</b>	
<b>03 SÍ AL MEDIO AMBIENTE.</b> EL FUTURO EN POSITIVO Política y gestión ambiental Apuesta por la calidad Productos y servicios de confianza Seguridad alimentaria	<b>34</b>		<b>03 SÍ AL MEDI AMBIENT.</b> EL FUTUR EN POSITIU Política i gestió ambiental Aposta per la qualitat Productes i servicis de confiança Seguretat alimentària	<b>34</b>	
<b>04 SÍ AL COMPROMISO.</b> EL LADO HUMANO DE LA COOPERATIVA <b>Socios trabajadores</b> La plantilla Conciliación de la vida personal y profesional Igualdad de oportunidades Condiciones sociolaborales Formación y mejora continua Comunicación interna Seguridad y salud laboral	<b>48</b>		<b>04 SÍ AL COMPROMÍS.</b> EL COSTAT HUMÀ DE LA COOPERATIVA <b>Socis treballadors</b> Els treballadors Conciliació de la vida personal i professional Igualtat d'oportunitats Condicions sociolaborals Formació i millora contínua Comunicació Interna Seguretat i salut laboral	<b>48</b>	
<b>Socios consumidores y clientes</b> Un gran colectivo Actividades formativas Información al consumidor Satisfacción de los socios consumidores y clientes Tarjeta Consum	<b>77</b>		<b>Socis consumidors i clients</b> Un gran col·lectiu Activitats formatives Informació al consumidor Satisfacció dels socis consumidors i clients Targeta Consum	<b>77</b>	
<b>Entorno</b> Acción social Integración en el entorno	<b>86</b>		<b>Entorn</b> Acció social Integració en l'entorn	<b>86</b>	
<b>05 SÍ A LA PROXIMIDAD.</b> CADA VEZ MÁS CERCA Red de tiendas	<b>90</b>		<b>05 SÍ A LA PROXIMITAT.</b> CADA VOLTA MÉS A PROP Xarxa de tendes	<b>90</b>	
<b>06 INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD</b>	<b>106</b>		<b>06 INDICADORS DE SOSTENIBILITAT</b>	<b>106</b>	

## ÍNDIX



## ANTONI LLOPIS I LÓPEZ

PRESIDENTE  
PRESIDENT

Esta memoria de sostenibilidad de carácter anual, y correspondiente al ejercicio económico 2008 de Consum, (del 1 de febrero de 2008 al 31 de enero de 2009), continúa la línea iniciada en 2006, con la primera Memoria de Sostenibilidad de la Cooperativa. La Memoria describe nuestra actividad económica como empresa de distribución comercial, implantada en 6 Comunidades Autónomas españolas: Comunidad Valenciana, Cataluña, Murcia, Castilla-La Mancha, Andalucía y Aragón. También recoge la actividad social de la Cooperativa del ejercicio 2008, así como todos los impactos económicos, ambientales y sociales de la organización.

El compromiso que manifiesta esta Memoria evidencia no sólo la compatibilidad de una actividad sostenible con los buenos resultados, sino su vinculación positiva. Tanto desde el punto de vista económico, como ambiental o social, me satisface enormemente constatar el avance que refleja este informe.

Esta memòria de sostenibilitat de caràcter anual, i corresponent a l'exercici econòmic 2008 de Consum (de l'1 de febrer de 2008 al 31 de gener de 2009), continua la línia iniciada en 2006, amb la primera Memòria de Sostenibilitat de la Cooperativa. La Memòria descriu la nostra activitat econòmica com a empresa de distribució comercial, implantada en sis comunitats autònomes espanyoles: la Comunitat Valenciana, Catalunya, Múrcia, Castella-la Manxa, Andalusia i Aragó. També recull l'activitat social de la Cooperativa de l'exercici 2008, a més de tots els impactes econòmics, ambientals i socials de l'organització.

Las técnicas de medida para obtener los indicadores de desarrollo se corresponden con las fijadas por los protocolos de Global Reporting Initiative (GRI) G3 para empresas de economía social y son homogéneos y sostenidos en el tiempo. Asimismo, la información que facilitamos es comparable con la memoria de sostenibilidad anterior, ya que básicamente no ha habido cambios en la metodología de información ni en el cálculo de indicadores.

Esta trayectoria socialmente responsable se ha visto recompensada en 2008 con varios reconocimientos, que son una satisfacción para Consum. En abril, el director general de la Cooperativa, Juan Luis Durich, recibió el premio dirigente del año concedido por el Club de Dirigentes de la Industria y la Distribución, un galardón anual que reconoce la expansión empresarial de las empresas españolas y su capacidad de proyección en el sector y que el director general hizo extensivo a todos los trabajadores de Consum y a los socios consumidores. También, en el mes de noviembre Consum recibió el premio a la cooperación Universidad-Sociedad, concedido por el Consejo Social de la Universidad Politécnica de Valencia.

Como Cooperativa orgullosa de su naturaleza hemos continuado nuestra trayectoria basada en un crecimiento sostenible, en el marco de la intercooperación y el fomento de la economía social, poniendo en marcha proyectos de colaboración, que nos han ayudado a fortalecer las relaciones empresariales, y abriendo nuevas vías hacia el desarrollo con proyectos sociales.

Sólo me resta agradecer el esfuerzo de todas las personas que trabajan en Consum, la confianza de nuestros socios-clientes, que nos estimula hacia una mejora continua, y la complicidad con los proveedores para ofrecer la mejor calidad.

El compromís que manifesta esta Memòria evidencia no tan sols la compatibilitat d'una activitat sostenible amb els bons resultats, sinó la seua vinculació positiva. Tant des del punt de vista econòmic com ambiental o social, em satisfà enormement constatar l'avanç que reflecteix este informe.

Les tècniques de mesura per a obtenir els indicadors de desenvolupament es corresponen amb les fixades pels protocols de Global Reporting Initiative (GRI) G3 per a empreses d'economia social i són homogenis i sostinguts en el temps. Així mateix, la informació que facilitem és comparable amb la memòria de sostenibilitat anterior, ja que bàsicament no hi ha hagut canvis en la metodologia d'informació ni en el càlcul d'indicadors.

Esta trajectòria socialment responsable s'ha vist recompensada en 2008 amb diversos reconeixements, que són una satisfacció per a Consum. A l'abril, el director general de la Cooperativa, Juan Luis Durich, va rebre el premi Dirigent de l'Any concedit pel Club de Dirigents de la Indústria i la Distribució, un guardó anual que reconeix l'expansió empresarial de les empreses espanyoles i la seua capacitat de projecció en el sector, i que el director general va fer extensiu a tots els treballadors de Consum i als socis consumidors. També, en el mes de novembre Consum va rebre el premi a la cooperació Universitat-Societat, concedit pel Consell Social de la Universitat Politècnica de València.





## JUAN LUIS DURICH ESTERAS

DIRECTOR GENERAL  
DIRECTOR GENERAL

Un año más, presentamos nuestra Memoria de Sostenibilidad, y con ella ponemos de manifiesto el compromiso de Consum con la economía, la sociedad y el medio ambiente, pilares básicos de la responsabilidad social empresarial.

La valoración del ejercicio 2008 es muy positiva, en primer lugar, por haber superado las previsiones del Plan de Gestión 2005-2007, y en segundo por haber consolidado la integración de las redes de supermercados que adquirimos en 2007 de forma satisfactoria y con una alta aceptación por parte de los trabajadores de las cadenas adquiridas que, en su mayoría ya se han incorporado como socios. En 2009 prevemos finalizar la integración y consolidarnos como una de las cadenas con más presencia en la Comunidad Valenciana y en Cataluña. Pero esta red no sería nada sin las personas que la integran: 8.832 trabajadores y más de 1.000.000 de socios-clientes que confían cada día en Consum. Ese es el mejor indicador de que nuestro trabajo se realiza de forma correcta, y por ello nos vemos altamente recompensados.

En el plano estrictamente económico, hemos alcanzado las ventas previstas, lo que nos anima a seguir trabajando en la misma dirección dado el contexto actual

Un any més, presentem la nostra Memòria de Sostenibilitat, amb la qual posem de manifest el compromís de Consum amb l'economia, la societat i el medi ambient, punts bàsics de la responsabilitat social empresarial.

La valoració de l'exercici 2008 és molt positiva, en primer lloc per haver superat les previsions del Pla de Gestió 2005-2007, i en segon lloc per haver consolidat la integració de les xarxes de supermercats que vam adquirir en 2007 de forma satisfactòria i amb una alta acceptació per part dels treballadors de les cadenes adquirides, que, en la majoria, ja s'han incorporat a Consum com a socis. En 2009 preveiem finalitzar la integració i consolidar-nos com una de les cadenes amb més presència a la Comunitat Valenciana i a Catalunya. Però esta xarxa no seria res sense les persones que la integren: 8.832 treballadors i més de 1.000.000 de socis-clientes que confien cada dia en Consum. Eixe és el millor indicador que el nostre treball es fa de forma correcta, i per això ens veiem altament recompensats.

En el pla estrictament econòmic, hem aconseguit les vendes previstes, fet que ens anima a continuar treballant

de crisis económica. Hemos cerrado el ejercicio 2008 con unas ventas de 1.557,8 millones de euros, un 13% más que el ejercicio anterior. Nuestra oferta de calidad, variedad y con una política de precios orientada a favorecer el ahorro han sido factores clave en esta evolución. Pero no solo es importante el aumento en nuestras ventas, sino la gestión de las mismas que nos ha llevado a la obtención de unos resultados de 28,8 millones de euros, lo que supone un incremento del 44% respecto a 2007. En este punto cabe matizar que con la entrada en vigor del nuevo Plan General de Contabilidad se han producido modificaciones que hacen que los resultados no sean exactamente comparables (la amortización del Fondo de Comercio, por un importe de 6,6 millones de euros deja de ser gasto contable para integrarse directamente en la Reserva), de manera que, si hubiéramos aplicado el mismo sistema contable, es decir, si comparamos datos homogéneos, el incremento en resultados hubiera sido del 11%.

Hemos cerrado un ejercicio de consolidación, tras el alto cumplimiento de los objetivos que nos planteamos en el Plan Estratégico 2005-2007, en el que hemos reforzado nuestra posición en los territorios en los que operamos y nos ha servido de transición para impulsar un nuevo Plan Estratégico a tres años, que pretendemos afrontar ya en el ejercicio 2009. En 2008 hemos realizado un gran número de reformas de nuestros establecimientos que nos han permitido ofrecer los mismos estándares de calidad y servicio en toda nuestra red.

En el plano comercial, debemos destacar que hemos alcanzado ya las 1.200 referencias de nuestra marca propia, una alternativa de calidad contrastada y buen precio que se combina con una oferta amplia y variada de marcas, porque nuestra filosofía está al servicio del consumidor y su capacidad de elección. En momentos de mayores dificultades económicas, nuestra política comercial va dirigida a favorecer el ahorro a través de productos económicos, pero también a través de variedad y buen servicio, como signo distintivo de nuestra cadena.

Para concluir quiero resaltar los avances sociales que hemos alcanzado en el ejercicio 2008, y que junto a nuestra evolución económica, hacen de Consum una empresa socialmente responsable y sostenible. En primer lugar, hemos renovado el Certificado de Empresa Familiarmente Responsable (Efr), que se obtuvo por primera vez en 2007, lo que nos mantiene como la única empresa de distribución comercial con esta certificación.

Por ello, y destacando el alto grado de profesionalización, concienciación e implicación de nuestros socios, afrontaremos con éxito seguro los retos que nos planteamos para el año 2009.

en la mateixa direcció pel context actual de crisi econòmica. Hem tancat l'exercici 2008 amb unes vendes de 1.557,8 milions d'euros, un 13% més que l'exercici anterior. La nostra oferta de qualitat, varietat i amb una política de preus orientada a afavorir l'estalvi han sigut factors clau en esta evolució. Però no només és important l'augment en les nostres vendes, sinó la seua gestió, que ens ha portat a obtindre uns resultats de 28,8 milions d'euros, xifra que significa un increment del 44% respecte de 2007. En este punt cal matisar que, amb l'entrada en vigor del nou Pla General de Comptabilitat, hi ha hagut modificacions que han fet que els resultats no siguen exactament comparables (l'amortització del Fons de Comerç, per un import de 6,6 milions d'euros deixa de ser despesa comptable per a integrar-se directament en la Reserva), de manera que, si haguérem aplicat el mateix sistema comptable, és a dir, si comparàrem dades homogènies, l'increment en resultats hauria sigut de l'11%.

Hem tancat un exercici de consolidació, després de l'alt compliment dels objectius que ens vam plantejar en el Pla Estratègic 2005-2007, en el qual hem reforçat la nostra posició en els territoris on operem i ens ha servit de transició per a impulsar un nou Pla Estratègic a tres anys vista, que pretenem afrontar ja en l'exercici 2009. En 2008 hem dut a terme un gran nombre de reformes dels nostres establiments, que ens han permès oferir els mateixos estàndards de qualitat i servei en tota la nostra xarxa.

En el pla comercial, hem de destacar que hem aconseguit ja les 1.200 referències de la marca pròpia, una alternativa de qualitat contrastada i de bon preu que es combina amb una oferta àmplia i variada de marques, perquè la nostra filosofia està al servei del consumidor i la seua capacitat d'elecció. En els moments de més dificultats econòmiques, la nostra política comercial va dirigida a afavorir l'estalvi per mitjà de productes econòmics, però també mitjançant la varietat i el bon servei, com a signe distintiu de la nostra cadena.

Per concloure, vull ressaltar els avanços socials que hem aconseguit en l'exercici 2008 i que, al costat de la nostra evolució econòmica, fan de Consum una empresa socialment responsable i sostenible. Així, hem renovat el Certificat d'Empresa Familiarment Responsable (Efr), que es va obtindre per primera vegada en 2007, i això ens manté com l'única empresa de distribució comercial amb este certificat.

Per això, i destacant l'alt grau de professionalització, conscienciació i implicació dels nostres socis, afrontarem amb èxit segur els reptes que ens vam plantejar per a l'any 2009.

**ÓRGANOS DE REPRESENTACIÓN Y GESTIÓN**  
**ÒRGANS DE REPRESENTACIÓ I GESTIÓ**



**CONSEJO RECTOR | CONSELL RECTOR**

**PRESIDENTE | PRESIDENT**  
 Antoni Llopis i López  
**VICEPRESIDENTA | VICEPRESIDENTA**  
 M<sup>a</sup> Teresa Caballer Sancho  
**SECRETARIA | SECRETÀRIA**  
 M<sup>a</sup> Isabel Moreno Gil  
**VICESECRETARIA | VICESECRETÀRIA**  
 Lourdes Brugerá Moreno  
**VOCALES | VOCALS**  
 María Esteve Royo, María Isabel Gil Soler, Ana Llácer Rodrigo, Jose M<sup>a</sup> Planells Ortí, Ana Martínez Monsálvez, José Faus Català, Juan Vicente Ríos Mascarell, Juan José Damià Albert.

**COMITÉ SOCIAL | COMITÈ SOCIAL**

**PRESIDENTA | PRESIDENTA**  
 María Sánchez Alcaraz  
**VICEPRESIDENTA | VICEPRESIDENTA**  
 Inma Costa Hernández  
**SECRETARIA | SECRETÀRIA**  
 Josefa Gómez Carricondo  
**VOCALES | VOCALS**  
 Vicent Ramón Nácher Sánchez, Antonio Munera Villar, Vicente Gimeno San Bernardo, Teófilo Lozano García, Beatriz Más Tarazona, Fco. Javier Molla González, Fco. José Carabal Fayos, José Luis Marí Corella, Cristobal Moreno Rubio, Javier Fco. Llorente Vinal, M<sup>a</sup> Rosario Romero Linares, Antonia García Doncel, Olga Domínguez Jiménez.

**CONSEJO DE DIRECCIÓN | CONSELL DE DIRECCIÓ**

**DIRECTOR GENERAL | DIRECTOR GENERAL**  
 Juan Luis Durich Esteras  
**DIRECTOR DE COMPRAS | DIRECTOR DE COMPRES**  
 Agustín Delicado Núñez  
**DIRECTOR CORPORATIVO | DIRECTOR CORPORATIU**  
 Francisco Javier Quiles Bodí  
**DIRECTOR DE DESARROLLO | DIRECTOR DE DESENVOLUPAMENT**  
 Javier Vidal Pastor  
**DIRECTOR ECONÓMICO FINANCIERO | DIRECTOR ECONÒMIC FINANCER**  
 Amadeo Ferrer Bayarri  
**DIRECTOR DE GESTIÓN DE TIENDAS | DIRECTOR DE GESTIÓ DE TENDES**  
 Carlos Ferrando García  
**DIRECTOR DE INFORMÁTICA Y SISTEMAS | DIRECTOR D'INFORMÀTICA I SISTEMES**  
 Ricardo Arnáiz Gironés  
**DIRECTOR DE LOGÍSTICA | DIRECTOR DE LOGÍSTICA**  
 Antonio Rodríguez Lázaro  
**DIRECTOR DE PERSONAL | DIRECTOR DE PERSONAL**  
 Evarist Casany Casany  
**DIRECTOR DE SOCIO-CLIENTE | DIRECTOR DE SOCI-CLIENT**  
 Manuel García Álvarez

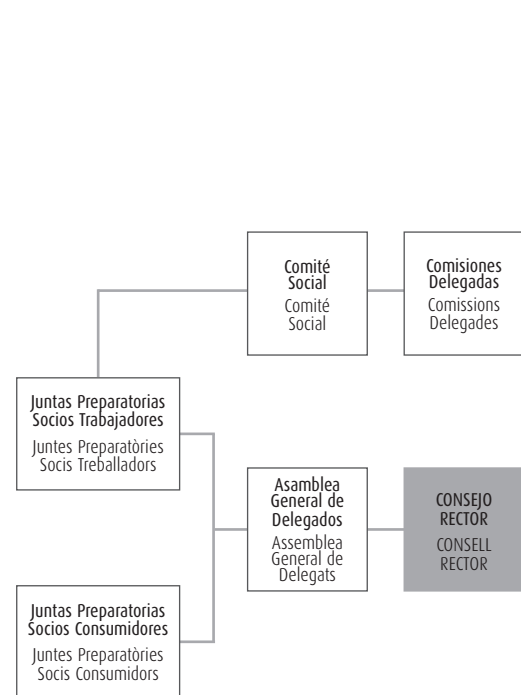
Miembros del Consejo Rector  
 Membres del Consell Rector

al Cooperativismo.  
 NUESTRO MODELO FUNCIONA  
 al Cooperativisme.  
 EL NOSTRE MODEL FUNCIONA





**ORGANIZACIÓN SOCIAL**  
ORGANITZACIÓ SOCIAL



**ORGANIZACIÓN DE LA GESTIÓN**  
ORGANITZACIÓ DE LA GESTIÓ



**PRESENTACIÓN**

Consum es una cooperativa constituida por socias y socios trabajadores y socias y socios-clientes, que desarrolla su actividad dentro del sector de la distribución comercial, a través de los supermercados Consum, Consum Basic y las franquicias Charter.

Somos la mayor cooperativa del arco mediterráneo y una de las primeras empresas en el sector de la distribución. Durante más de treinta años de trabajo hemos creado empleo de calidad, generando riqueza en las zonas en las que estamos implantados: Cataluña, Comunidad Valenciana, Murcia, Castilla-La Mancha, Andalucía y Aragón.

**PRESENTACIÓN**

Consum és una cooperativa constituïda per socias i sòcies treballadores i socias i sòcies clients, que desenvolupa la seua activitat dins el sector de la distribució comercial, a través dels supermercats Consum, Consum Basic i les franquícies Charter.

Som la cooperativa més gran de l'arc mediterrani i una de les primeres empreses en el sector de la distribució. Durant més de trenta anys de faena, hem creat ocupació de qualitat i hem generat riquesa a les zones on estem implantats: Catalunya, la Comunitat Valenciana, Múrcia, Castella-la Manxa, Andalusia i Aragó.

**NUESTRA MISIÓN, VISIÓN Y VALORES**

La misión de Consum es satisfacer las necesidades de consumo de todos nuestros socios y clientes mediante su participación activa en las decisiones tanto comerciales como sociales. En cuanto a nuestra visión, queremos ser reconocidos por nuestros socios y clientes como la mejor opción de compra y liderar el asesoramiento y formación en cuestiones de consumo.

Nuestros valores se materializan en el compromiso para promover la participación activa del socio consumidor-cliente, la mejora continua de la calidad de vida en el trabajo con los socios trabajadores, el compromiso social en el ámbito territorial y la innovación como medio indispensable para ofrecer valor añadido al mercado y a la sociedad.

La voluntad de nuestra Cooperativa, en coherencia con los principios de la economía social, es asegurar la prevalencia de las personas sobre el capital. Así se manifiesta en distintos artículos de nuestros Estatutos Sociales, en los que se garantiza la participación tanto de los socios consumidores-clientes, como de los socios trabajadores. En la Asamblea General "cada socio tiene un voto" (art.31), y se regula su participación mediante la figura de las Juntas Preparatorias (art.34) y de la elección de Delegados; se determina así mismo la distribución de los resultados entre los socios (art.54) y se concreta la voluntad de formación e información a los socios (art.58), como principios cooperativos.

Asimismo, tal y como se define en nuestra Política de RSE, respetamos los derechos fundamentales de los trabajadores y su libertad de expresión y de asociación, garantizamos unas buenas condiciones de trabajo, y velamos por la igualdad de oportunidades sin ningún tipo de discriminación por edad, discapacidad, sexo o raza. También se prohíbe la aceptación de prestaciones de cualquier tipo, fuera de la legalidad, por parte de los trabajadores de la organización.

En todas nuestras actividades garantizamos la defensa de los derechos humanos y rechazamos cualquier tipo de actividad comercial, o de otra naturaleza, en que directa o indirectamente se promueva el trabajo infantil obligatorio y forzoso, apoyando todas aquellas iniciativas dirigidas a asegurar los intereses de la infancia.

**LA MISSIÓ, LA VISIÓ I ELS NOSTRES VALORS**

La missió de Consum és satisfer les necessitats de consum de tots els nostres socis i clients per mitjà de la seua participació activa en les decisions tant comercials com socials. Quant a la nostra visió, volem ser reconeguts pels nostres socis i clients com la millor opció de compra i liderar l'assessorament i la formació en qüestions de consum.

Els nostres valors es materialitzen en el compromís per promoure la participació activa del soci consumidor-client, la millora continua de la qualitat de vida en el treball amb els socis treballadors, el compromís social en l'àmbit territorial i la innovació com a mitjà indispensable per a oferir valor afegit al mercat i a la societat.

La voluntat de la nostra cooperativa, en coherència amb els principis de l'economia social, és assegurar la prevalència de les persones sobre el capital. Així es manifesta en diversos articles dels nostres Estatuts Socials, en els quals es garantix la participació tant dels socis consumidors-clients com dels socis treballadors. En l'Assemblea General, "cada soci té un vot" (art. 31), i es regula la seua participació per mitjà de la figura de les juntes preparatòries (art. 34) i de l'elecció de delegats; es determina, així mateix, la distribució dels resultats entre els socis (art. 54) i es concreta la voluntat de formació i informació als socis (art. 58), com a principis cooperatius.

Així mateix, tal com es definix en la nostra política de RSE, respectem els drets fonamentals dels treballadors i la seua llibertat d'expressió i d'associació, garantim unes bones condicions de treball i vetlem per la igualtat d'oportunitats sense cap tipus de discriminació per edat, discapacitat, sexe o raça. També es prohibeix l'acceptació de prestacions de qualsevol tipus, fora de la legalitat, per part dels treballadors de l'organització.

En totes les nostres activitats garantim la defensa dels drets humans i rebutgem qualsevol tipus d'activitat comercial, o de cap altra naturalesa, en què directament o indirectament es promoga el treball infantil obligatori i forçós, per abonar així totes aquelles iniciatives dirigides a assegurar els interessos de la infància.

## NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Tal y como se especifica en el Mapa de Grupos de Interés aprobado por la Dirección, identificamos cinco grupos de personas que se ven, o podrían verse afectados por nuestra actividad, y entre los que promovemos la comunicación y la interacción. Estos grupos de interés, a quienes va dirigida esta memoria, son nuestras socias y socios trabajadores, los socios consumidores-clientes, los clientes, los proveedores y acreedores, y las entidades. Para cada uno de estos colectivos tenemos identificadas unas líneas de actuación.

Durante el ejercicio 2008 hemos llevado a cabo numerosas acciones de comunicación escrita y presencial con nuestros Grupos de interés. Estas acciones son revisadas periódicamente para comprobar su eficacia y oportunidad. Realizamos envíos periódicos de las publicaciones "Entrenosotros" y "BIS", cartelería de ofertas, convocatorias de actividades de formación y puntual información de las aperturas, reformas o cierres de las tiendas, entre otros. Además, con carácter presencial se promueven reuniones de centro, juntas de socios, Comisiones Delegadas, presentación de nuevos proyectos o los contactos para favorecer una amplia red de relaciones comerciales.

## ELS NOSTRES GRUPS D'INTERÉS

Tal com s'especifica en el Mapa de Grups d'Interés aprovat per la direcció, identifiquem cinc grups de persones que es veuen o es podrien veure afectats per la nostra activitat, i entre els quals promovem la comunicació i la interacció. Estos grups d'interés, a qui va dirigida esta memòria, són els nostres socis i sòcies treballadors, els socis-clients, els clients, els proveïdors i creditors, i les entitats. Per a cada un d'estos col·lectius tenim identificades unes línies d'actuació.

Durant l'exercici 2008 hem portat a terme nombroses accions de comunicació escrita i presencial amb els nostres grups d'interés. Estes accions són revisades periòdicament per comprovar-ne l'eficàcia i l'oportunitat. Fem enviaments periòdics de les publicacions "Entre nosaltres" i "BIS", cartells d'ofertes, convocatòries d'activitats de formació i puntual informació de les obertures, reformes o tancaments de les tendes, entre d'altres. A més, amb caràcter presencial es promouen reunions de centre, juntes de socis, comissions delegades, presentacions de nous projectes o els contactes per a afavorir una àmplia xarxa de relacions comercials.

HEMOS LLEVADO A CABO NUMEROSAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS. HEM PORTAT A TERME NOMBROSES ACCIONS DE COMUNICACIÓ AMB ELS NOSTRES GRUPS D'INTERÉS.



Valorar la satisfacción de los grupos de interés se convierte en un objetivo fundamental para seguir proyectando el futuro. En este sentido tenemos una programación de realización de estudios que nos trasladan el grado de satisfacción de productos y servicios.

En 2008 se ha realizado la Encuesta de Clima Laboral entre los trabajadores con un incremento de la satisfacción de los trabajadores del 2% con respecto a la anterior encuesta de 2005, hasta situarse en los 3,53 puntos sobre 5. En la encuesta, realizada en abril, participó el 69% de los trabajadores.

Para los socios consumidores y clientes, realizamos un estudio anual que nos permite recoger su grado de satisfacción, y que en 2008, nos otorgan una valoración de 7,9 en una escala de diez puntos, dato similar al obtenido en el estudio del 2007.

Para la valoración de nuestros proveedores, participamos en un estudio realizado por una importante consultora, entre 36 empresas fabricantes y 15 de distribución. La valoración de nuestros proveedores nos sitúa en el 2º puesto del ranking de las 15 empresas de distribución estudiadas, dos puestos por encima del año pasado, y nos sitúa en el 1º puesto por nuestras Acciones en el Punto de Venta.

Respecto a las entidades, la respuesta limitada del estudio de valoración realizado en 2008 no nos permite dar un dato representativo. En 2009 tenemos previsto desarrollar un nuevo sistema de valoración de la satisfacción.

EN 2008 SE HA REALIZADO LA ENCUESTA DE CLIMA LABORAL ENTRE LOS TRABAJADORES CON UN INCREMENTO DE LA SATISFACCIÓN DEL 2%. EN 2008 S'HA ELABORAT L'ENQUESTA DE CLIMA LABORAL ENTRE ELS TREBALLADORS, AMB UN INCREMENT DE LA SATISFACCIÓ DELS TREBALLADORS DEL 2%.

Valorar la satisfacción de los grupos de interés se convierte en un objetivo fundamental para continuar proyectando el futuro. En este sentido, tenemos una programación de realización de estudios que nos trasladan el grado de satisfacción de productos y servicios.

En 2008 s'ha elaborat l'enquesta de clima laboral entre els treballadors, amb un increment de la satisfacció dels treballadors del 2% respecte de l'enquesta anterior de 2005, fins a situar-se en els 3,53 punts sobre 5. En l'enquesta, feta a l'abril, van participar el 69% dels treballadors.

Per als socis consumidors i clients, elaborem un estudi anual que ens permet recollir el seu grau de satisfacció, i que en 2008 ens atorga una valoració de 7,9 en una escala de 10 punts, dada semblant a l'obtinguda en l'estudi de 2007.

Per a la valoració dels nostres proveïdors, hem participat en un estudi realitzat per una important consultora entre 36 empreses fabricants i 15 de distribució. La valoració dels nostres proveïdors ens situa en el segon lloc de la classificació de les 15 empreses de distribució estudiades, dos llocs per damunt de l'any passat, i ens situa en el primer lloc per les nostres accions en el punt de venda.

Pel que fa a les entitats, la resposta limitada de l'estudi de valoració fet en 2008 no ens permet donar una dada representativa. En 2009 tenim previst desenvolupar un nou sistema de valoració de la satisfacció.





## DESCRIPCIÓN DE LOS PRINCIPALES IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES DE SOSTENIBILIDAD

Este es el tercer año en el que editamos nuestra Memoria de Sostenibilidad, un año que finalizamos notando una ralentización del crecimiento de las ventas que hemos sabido equilibrar, iniciando a tiempo los ajustes en gastos, que nos han permitido cerrar el ejercicio económico cumpliendo las previsiones de los resultados, provenientes, principalmente del importante ahorro conseguido en el control del consumo energético, junto con la buena evolución de las redes de supermercados que integramos en 2008.

Las previsiones para el 2009 las realizamos partiendo de la base de que nos encontramos en plena crisis económica, una crisis intensa y duradera, en la que previsiblemente este año 2009 será el más crudo. El escenario de esta situación es que estamos ante una caída del consumo, que el consumidor es más sensible al factor precio, que las compras son cada vez más reducidas pero también más frecuentes y más situadas en los establecimientos de proximidad.

## DESCRIPCIÓ DELS PRINCIPALS IMPACTES, RISCOS I OPORTUNITATS DE SOSTENIBILITAT

Este és el tercer any en què editem la nostra Memòria de Sostenibilitat, un any en el qual acabem notant un alentiment del creixement de les vendes que hem sabut equilibrar, començant a temps els ajustos en les despeses, que ens han permès tancar l'exercici econòmic complint les previsions dels resultats, provinents, principalment de l'important estalvi aconseguit en el control del consum energètic, juntament amb la bona evolució de les xarxes de supermercats que vam integrar en 2008.

Les previsions per a l'any 2009 les fem partint de la base que ens trobem en plena crisi econòmica, una crisi intensa i duradora per a la qual, previsiblement, este 2009 serà l'any més cru. L'escenari d'esta situació és que estem davant d'una caiguda del consum, que el consumidor és més sensible al factor preu, que les compres són cada vegada més reduïdes però també més freqüents i més situades en els establiments de proximitat.



Por todo ello abordamos el nuevo ejercicio reafirmando en nuestro modelo comercial y social cooperativo. Nuestra respuesta al entorno de la crisis se centrará en la mejora y eficiencia en los procesos clave de nuestra gestión, racionalizando los costes operativos

En base a ello, para este próximo ejercicio 2009, el Consejo de Dirección se fija la consecución en los ámbitos económico, medioambiental y social de los siguientes objetivos:

### OBJETIVOS ECONÓMICOS PARA 2009:

En función del análisis de nuestro sector, en el marco de la actual y difícil coyuntura económica y de su previsible evolución a corto y medio plazo, podemos garantizar la sostenibilidad económica de Consum, para lo que la Cooperativa se fija como objetivos económicos los siguientes:

- Finalizar la adaptación de las dos últimas redes de establecimientos adquiridos, adecuándolos ya al 100 % a nuestro modelo de supermercado.
- Adaptar la oferta a la situación de crisis, mejorando nuestra política promocional al ahorro y a la mejora de nivel competitivo.
- Reducir los gastos operativos en base a una mayor eficiencia en consumos y procesos logísticos.
- Estimular, con nuestras acciones con proveedores y los otros grupos de interés, el desarrollo económico local en nuestro territorio de actuación.



Per tot això abordem el nou exercici refermant-nos en el nostre model comercial i social cooperatiu. La nostra resposta a l'entorn de la crisi se centrarà en la millora i l'eficiència en els processos clau de la nostra gestió, racionalitzant els costos operatius.

En base a això, per a este pròxim exercici 2009 el Consell de Direcció es fixa aconseguir, en els àmbits econòmic, mediambiental i social, els objectius següents:

### OBJECTIUS ECONÒMICS PER A L'ANY 2009:

En funció de l'anàlisi del nostre sector, en el marc de l'actual conjuntura econòmica difícil i de la seua previsible evolució a curt i mitjà termini, podem garantir la sostenibilitat econòmica de Consum, per a la qual cosa la Cooperativa es fixa com a objectius econòmics els que segueixen:

- Finalitzar l'adaptació de les dues últimes xarxes d'establiments adquirits, adequant-los ja al 100 % al nostre model de supermercat.
- Adaptar l'oferta a la situació de crisi, millorant la nostra política promocional a l'estalvi i a la millora de nivell competitiu.
- Reduir les despeses operatives a partir d'una major eficiència en els consums i els processos logístics.
- Estimular, amb les nostres accions amb proveïdors i els altres grups d'interés, el desenvolupament econòmic local en el nostre territori d'actuació.

NUESTRA RESPUESTA AL ENTORNO DE LA CRISIS SE CENTRARÁ EN LA MEJORA Y EFICIENCIA EN LOS PROCESOS CLAVE DE NUESTRA GESTIÓN, RACIONALIZANDO LOS COSTES OPERATIVOS. LA NOSTRA RESPOSTA A L'ENTORN DE LA CRISI SE CENTRARÀ EN LA MILLORA I L'EFICIÈNCIA EN ELS PROCESSOS CLAU DE LA NOSTRA GESTIÓ, RACIONALITZANT ELS COSTOS OPERATIUS.



**OBJETIVOS MEDIO AMBIENTALES PARA 2009:**

Como en años anteriores, los impactos medioambientales que continúan siendo objetivos clave de Consum, se centran tanto en la gestión de los residuos como en la mejora de rendimientos y en el ahorro de recursos. En este sentido, la Dirección se reafirma en su compromiso de mejorar el impacto medioambiental que puede generar nuestra cooperativa, y para ello, se definen los siguientes objetivos para este ejercicio 2009:

- Coordinar el plan integral Medio Ambiental de la Cooperativa.
- Identificar la "Huella de Carbono" de Consum.

**OBJETIVOS SOCIALES PARA 2009:**

En el ámbito social, seguimos generando actividad económica, y consecuentemente, mantenemos el empleo de calidad para todas las personas que trabajan en la Cooperativa.

Por otro lado, y derivado de nuestra propia esencia cooperativa, debemos atender y dar solución a las necesidades de nuestros socios clientes, en base a ofertar productos y servicios de calidad, con la mejor relación calidad-precio posible, fomentando su participación activa, tanto en los temas comerciales como en los societarios.

- Adaptar el Plan de comunicación con los Grupos de Interés.
- Desarrollar y Certificar el Plan de Igualdad de Oportunidades.
- Culminar el Plan de Integración Societaria y seguir creando empleo estable y de calidad.

El Consejo de Dirección y el Consejo Rector en su evaluación permanente de los riesgos derivados de la sostenibilidad en nuestra organización, adopta las medidas necesarias para su seguimiento y control, destacando que no observamos riesgos especiales, y apostamos por la expansión de Consum, manteniendo nuestro modelo de organización Cooperativa.

**OBJECTIUS MEDIAMBIENTALS PER A L'ANY 2009:**

Com en anys anteriors, els impactes mediambientals que continuen sent objectius clau de Consum se centren tant en la gestió dels residus com en la millora dels rendiments i l'estalvi de recursos. En este sentit, la direcció es referma en el seu compromís de millorar l'impacte mediambiental que pot generar la nostra cooperativa, i amb esta finalitat es definixen els objectius següents per a este exercici 2009:

- Coordinar el pla integral Mediambiental de la Cooperativa.
- Identificar la "Petjada de Carboni" de Consum.

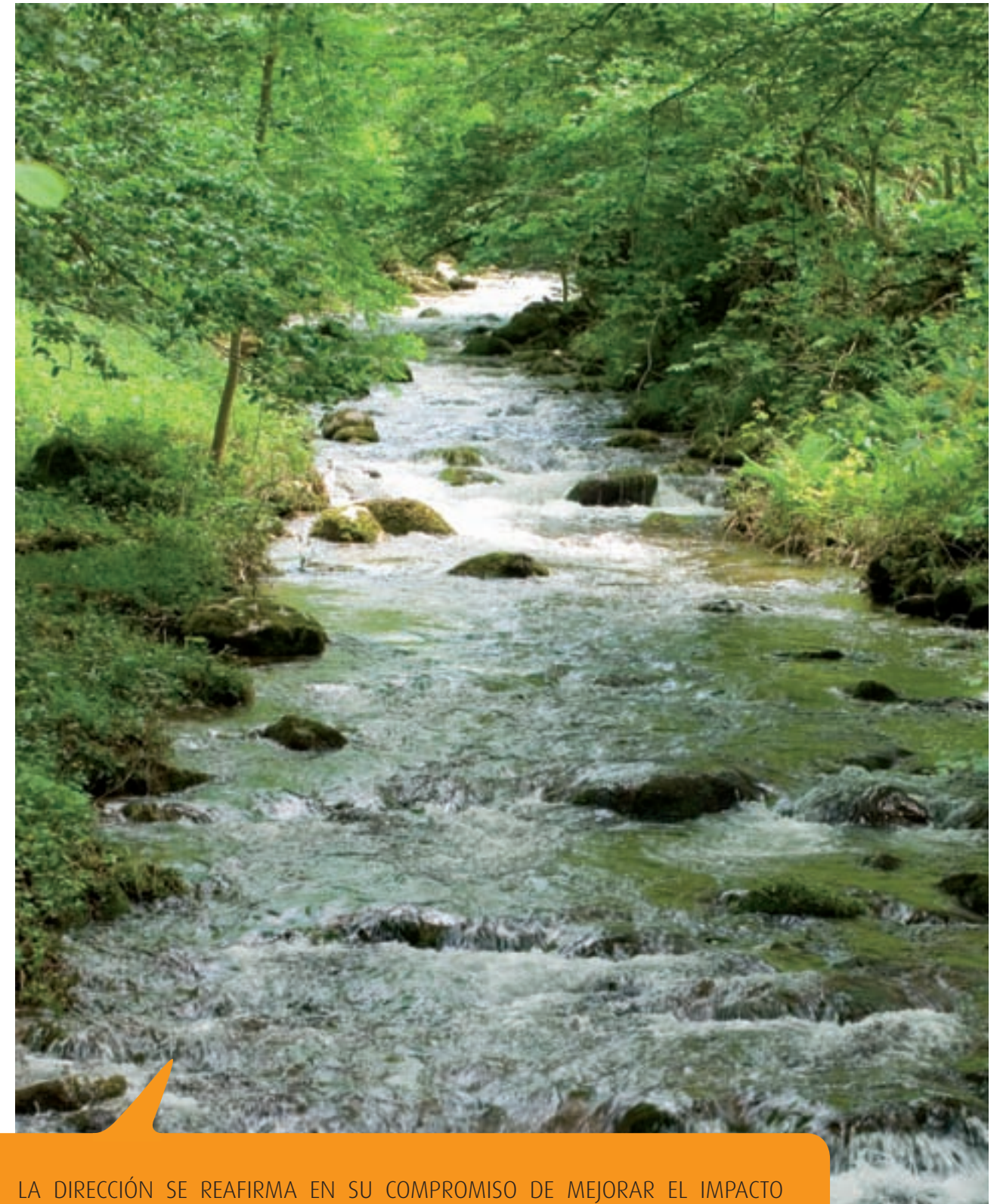
**OBJECTIUS SOCIALS PER A L'ANY 2009:**

En l'àmbit social, continuem generant activitat econòmica i, en conseqüència, mantenim l'ocupació de qualitat per a totes les persones que treballen en la Cooperativa.

D'altra banda, i derivat de la nostra pròpia essència cooperativa, hem d'atendre i donar solució a les necessitats dels nostres socis clients, sobre la base d'oferir productes i servicis de qualitat, amb la millor relació qualitat-preu possible, fomentant la seua participació activa tant en les qüestions comercials com en les societàries.

- Adaptar el Pla de Comunicació amb els grups d'interés.
- Desenvolupar i certificar el Pla d'Igualtat d'Oportunitats.
- Culminar el Pla d'Integració Societària i continuar creant ocupació estable i de qualitat.

El Consell de Direcció i el Consell Rector, en la seua avaluació permanent dels riscos derivats de la sostenibilitat en la nostra organització, adopten les mesures necessàries per al seu seguiment i control, i cal destacar que no hi observem riscos especials i que apostem per l'expansió de Consum, mantenint el nostre model d'organització Cooperativa.



LA DIRECCIÓN SE REAFIRMA EN SU COMPROMISO DE MEJORAR EL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL QUE PUEDE GENERAR NUESTRA COOPERATIVA. LA DIRECCIÓN ES REFERMA EN EL SEU COMPROMÍS DE MILLORAR L'IMPACTE MEDIAMBIENTAL QUE POT GENERAR LA NOSTRA COOPERATIVA.



## DESARROLLO ESTRATÉGICO

En el año 2007 finalizó el Plan Estratégico 2005-2007, acordando el Consejo Rector dedicar el ejercicio 2008 a la consolidación de la gestión comercial de las redes adquiridas. Durante el ejercicio 2009 se elaborará el nuevo Plan Estratégico, que también será trienal, para el período 2010-2012.

En Consum, el proceso de consecución de objetivos se realiza a través del Plan Estratégico y el Plan de Gestión, respectivamente, que son los documentos de referencia donde se plasman los objetivos a largo y corto plazo, que van acompañados de indicadores de progreso. En ellos se especifican también las acciones, plazos de consecución, competencias y recursos necesarios para llevarlos a cabo. Los indicadores de progreso se recogen en el aplicativo COPLAN.

Para poder evaluar la buena marcha de los objetivos planteados en el Plan Estratégico, se trabaja con indicadores que permiten observar los impactos y las posibles desviaciones generadas, facilitando procesos de retroalimentación. Así mismo, cada vez que se introduce en el mercado un nuevo producto o servicio, se pone en marcha el sistema formal de análisis de riesgos y oportunidades correspondiente.

## DESENVOLUPAMENT ESTRATÈGIC

En l'any 2007 va finalitzar el Pla Estratègic 2005-2007, i el Consell Rector va acordar dedicar l'exercici 2008 a la consolidació de la gestió comercial de les xarxes adquirides. Durant l'exercici 2009 s'elaborarà el nou Pla Estratègic, que també serà trienal, per al període 2010-2012.

En Consum, el procés de consecució d'objectius es fa per mitjà del Pla Estratègic i el Pla de Gestió, respectivament, que són els documents de referència on es plasmen els objectius a llarg i curt termini, que van acompanyats d'indicadors de progrés. En estos s'especifiquen també les accions, els terminis de consecució, les competències i els recursos necessaris per a portar-los a cap. Els indicadors de progrés es recullen en l'aplicació COPLAN.

Per poder avaluar la bona marxa dels objectius plantejats en el Pla Estratègic, es treballa amb indicadors que permeten observar els impactes i les possibles desviacions generades, de manera que es faciliten els



NUESTRAS ACTUACIONES COMERCIALES SON SIEMPRE LEALES CON EL MERCADO. LES NOSTRES ACTUACIONS COMERCIALS SÓN SEMPRE LLEIALS AMB EL MERCAT.

processos de retroalimentació. Així mateix, cada vegada que s'introdueix en el mercat un nou producte o servei, es posa en marxa el sistema formal d'anàlisi de riscos i oportunitats corresponent.

Consum utilitza, com a instrument de gestió més bàsic, el control de gestió mensual i fins i tot el control de vendes mensual/setmanal, com a ferrament que permet comparar la marxa econòmica de l'exercici respecte del que s'ha previst, elaborat normalment al seu començament.

El desenvolupament correcte de l'activitat de Consum en el sector de la distribució exigeix un posicionament exacte dels nostres productes i serveis en el mercat, a més d'una definició precisa del mapa dels competidors en l'àmbit de la nostra zona d'implantació. Són dos aspectes que estudiem i que avaluem regularment.

Les nostres actuacions comercials són sempre lleials amb el mercat, respectant-ne les regles en tot moment i renunciant de forma conscient a l'exercici de qualsevol activitat que pugui ser considerada com a competència deslleial. Per vetlar per estos aspectes, des del departament Jurídic de Consum s'avalua la possible existència d'actuacions deslleials. Gràcies a esta labor, cal destacar que Consum no compta amb cap denúncia per competència deslleial.

Consum utiliza como instrumento de gestión más básico, el control de gestión mensual e incluso el control de ventas mensual/semanal, como herramienta que permite comparar la marcha económica del ejercicio respecto al previsto, elaborado normalmente al inicio del mismo.

El correcto desarrollo de la actividad de Consum en el sector de la distribución exige un exacto posicionamiento de nuestros productos y servicios en el mercado, así como una precisa definición del mapa de los competidores en el ámbito de nuestra zona de implantación. Son dos aspectos que estudiamos y evaluamos regularmente.

Nuestras actuaciones comerciales son siempre leales con el mercado, respetando en todo momento sus reglas y renunciando de forma consciente al ejercicio de cualquier actividad que pueda ser considerada como competencia desleal. Para velar por estos aspectos desde el departamento jurídico de Consum se evalúa la posible existencia de actuaciones desleales. Gracias a esta labor cabe destacar que Consum no cuenta con ninguna denuncia por competencia desleal.







a la Consolidación.  
UN BUEN BALANCE

a la Consolidació.  
UN BON BALANÇ

## LAS CIFRAS

Durante el ejercicio 2008 Consum ha materializado un crecimiento en ventas muy positivo, manteniendo así la buena trayectoria de su negocio. La facturación ha alcanzado los 1.557,8 millones de euros, lo que representa un incremento del 13% con respecto al ejercicio precedente. En cuanto al resultado, ha alcanzado los 28,8 millones de euros, un 44% más. De estos excelentes resultados, tanto los socios consumidores como los socios trabajadores se reparten 7,2 millones de euros en concepto de retribución a su capital social (intereses), y los socios trabajadores se reparten aproximadamente el 35%, de los resultados cooperativos, que ha ascendido a 10,1 millones de euros, a lo que hay que añadir 5,6 millones de euros que se destinarán a reserva voluntaria repartible.

De estos resultados, después de descontar los intereses del capital de los socios trabajadores y consumidores, además del Fondo de Formación y Promoción Cooperativa, se obtiene el excedente. El porcentaje asignado directamente a los socios trabajadores de Consum se ha situado en el 35% del total del excedente (beneficio de la Cooperativa), lo que sumado al 19% que se destina a la reserva voluntaria repartible, supone un total del 54% de dicho excedente.

## LES XIFRES

Durant l'exercici 2008, Consum ha materialitzat un creixement en vendes molt positiu, mantenint així la bona trajectòria del seu negoci. La facturació ha arribat als 1.557,8 milions d'euros, xifra que representa un increment del 13% respecte de l'exercici precedent. Quant al resultat, ha aconseguit els 28,8 milions d'euros, un 44% més. D'estos excel·lents resultats, tant els socis consumidors com els socis treballadors es repartixen 7,2 milions d'euros en concepte de retribució al seu capital social (interessos), i els socis treballadors es repartixen aproximadament el 35% dels resultats cooperatius, xifra que ha arribat als 10,1 milions d'euros; a això cal afegir 5,6 milions d'euros que es destinaran a la reserva voluntària repartible.

D'estos resultats, després de descomptar els interessos del capital dels socis treballadors i consumidors, a més del Fons de Formació i Promoció Cooperativa, s'obté l'excedent. El percentatge assignat directament als socis treballadors de Consum s'ha situat en el 35% del total de l'excedent (benefici de la Cooperativa); això, sumat al 19% que es destina a la reserva voluntària repartible, suposa un total del 54% d'este excedent.

El percentatge de distribució d'excedents destinats a fons col·lectius o irrepartibles se situa en el 45,9%. Quant al percentatge sobre el passiu, el 30% correspon a fons col·lectius o no repartibles. L'import total pagat als proveïdors de capital (entitats financeres i socis,

El porcentaje de distribución de excedentes destinados a fondos colectivos o irrepartibles se sitúa en el 45,9%. Respecto al porcentaje sobre el pasivo, el 7% corresponde a fondos colectivos o no repartibles. El importe total pagado a los proveedores de capital (entidades financieras y socios, principalmente trabajadores) asciende a 26,6 millones de euros, un incremento principalmente debido al crecimiento de los retornos de las aportaciones de los socios trabajadores.

Esta buena evolución de la actividad de Consum lleva emparejados beneficios para la sociedad y la economía locales, como son la creación de empleo y la generación de riqueza. La suma de impuestos pagados en 2008, que asciende a 1,9 millones de euros, no hace más que reforzar esta idea de contribución al progreso de la sociedad.

En 2008 se han acometido inversiones que ascienden a 57,3 millones de euros centradas, sobre todo, en la ampliación y adecuación de la red de tiendas a los estándares de calidad de Consum.

principalment treballadors) ascendix a 26,6 milions d'euros, un increment causat principalment pel creixement dels retorns de les aportacions dels socis treballadors.

Esta bona evolució de l'activitat de Consum comporta beneficis per a la societat i l'economia locals, com són la creació d'ocupació i la generació de riquesa. La suma d'impostos pagats en 2008, que ascendix a 1,9 milions d'euros, no fa més que reforçar esta idea de contribució al progrés de la societat.

En 2008 s'han escumés inversions que ascendixen a 57,3 milions d'euros, centrades, sobretot, en l'ampliació i l'adequació de la xarxa de tendes als estàndards de qualitat de Consum.

Inversiones Brutas / Inversions Brutes*	
2008	57,3
2007	250,7
2006	99,3
2005	57,6
2004	54,9

Resultados / Resultats*	
2008	28,8
2007	20,0
2006	22,3
2005	18,3
2004	15,1

Socios Consumidores / Socis Consumidors	
2008	1.030.432
2007	860.885
2006	551.300
2005	280.000
2004	229.020

Ventas / Vendes*	
2008	1.557,8
2007	1.384,2
2006	1.034,7
2005	862,6
2004	775,0

Plantilla / Plantilla	
2008	8.832
2007	9.290
2006	6.545
2005	5.870
2004	5.447

\* millones de euros / milions d'euros



## LAS TIENDAS

2008 ha sido un año de consolidación tras la integración de 116 supermercados adquiridos en 2007 a las empresas Dínosol en Cataluña, Caprabo en la Comunidad Valenciana, Murcia, Castilla-La Mancha, Andalucía y Sabeco en Valencia. A estas integraciones se suma la expansión de la red comercial, hemos abierto 30 nuevos puntos de venta de las Enseñas Consum y Consum Basic. Con estas aperturas, la cooperativa cuenta en total con 564 supermercados en todo el arco mediterráneo, 426 supermercados propios más 138 franquiciados.

En cuanto a la mejora de nuestras instalaciones se han reformado 77 supermercados y se han acometido importantes ampliaciones en 7 tiendas mejorando y adecuando sus instalaciones.

En este año 2008 se ha procedido al cierre de 32 tiendas y otras tres han sufrido cambios en la red comercial pasando a la franquicia Charter.

En nuestro compromiso con posibilitar la accesibilidad para personas con capacidades diferentes, tenemos implantado un sistema de gestión de la accesibilidad global. Algunas de estas medidas son la adecuación de accesos, dimensiones y espacios según categoría CA3 y adaptación de rampas de acceso, escaleras, vestuarios y ascensores, basadas en la Ley de 25 de Mayo de 2004, que engloba las barreras arquitectónicas y urbanísticas. Además hemos realizado inversiones en carros de compra adaptados a minusválidos.

Sin lugar a dudas, un hito importante del ejercicio 2008 ha sido la inauguración de la nueva sede de las oficinas centrales de Consum en Silla (Valencia), que contó con la presencia del presidente de la Generalitat Valenciana, Francisco Camps. La nueva sede, que pone de manifiesto la apuesta de Consum por el desarrollo

## LES TENDES

2008 ha sigut un any de consolidació després de la integració de 116 supermercats adquirits en 2007 a les empreses Dínosol a Catalunya; Caprabo a la Comunitat Valenciana, Múrcia, Castella-la Manxa i Andalusia; i Sabeco a València. A estes integracions se suma l'expansió de la xarxa comercial: hem obert 30 nous punts de venda de les ensenyes Consum i Consum Basic. Amb estes obertures, la Cooperativa disposa en total de 564 supermercats en tot l'arc mediterrani, 426 supermercats propis més 138 de franquiciats.

Quant a la millora de les nostres instal·lacions, s'han reformat 77 supermercats i s'han realitzat ampliacions importants en 7 tendes, on s'han millorat i s'han adequat les instal·lacions.

En 2008 s'ha procedit al tancament de 32 tendes i tres més han sofrit canvis en la xarxa comercial, ja que han passat a la franquícia Charter.

En el nostre compromís de possibilitar l'accessibilitat per a persones amb capacitats diferents, tenim implantat un sistema de gestió de l'accessibilitat global. Algunes d'estes mesures són l'adequació d'accessos, les dimensions i els espais segons categoria CA3 i adaptació de rampes d'accés, escales, vestidors i ascensors, basades en la Llei de 25 de maig de 2004, que engloba les barreres arquitectòniques i urbanístiques. A més, hem efectuat inversions en carros de compra adaptats a minusvàlids.

Sense cap dubte, una fita important de l'exercici 2008 ha sigut la inauguració de la nova seu de les oficines centrals de Consum a Silla (València), que va comptar amb la presència del president de la Generalitat Valenciana, Francisco Camps.





sostenible, se compone de una planta baja de 1.300 m<sup>2</sup> útiles y otras cuatro plantas de 1.100 m<sup>2</sup> útiles destinados a oficinas, además de dos plantas de sótano de 3.800 m<sup>2</sup> para aparcamiento. En las instalaciones se ha hecho especial énfasis en los sistemas de ahorro energético y cuidado ambiental, destacando el sistema de climatización, que permite un ahorro de espacio y energía, y la producción de agua caliente sanitaria que se realiza a través de los colectores solares ubicados en cubierta. Las instalaciones se completan con la última tecnología en medios audiovisuales, voz y datos, megafonía y sistema antiintrusión.

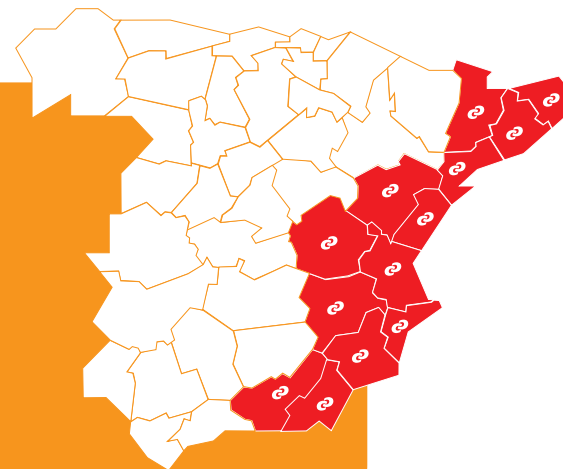
Junto al edificio de oficinas se ha construido un edificio anexo destinado a aparcamiento, con 4 plantas, de manera que quedan cubiertas las necesidades de aparcamiento de todas las personas que trabajan en la Cooperativa. Además, en 2008, también hemos inaugurado el nuevo comedor para los trabajadores junto al edificio de oficinas.

La nova seu, que posa de manifest l'aposta de Consum pel desenvolupament sostenible, es compon d'una planta baixa de 1.300 m<sup>2</sup> útils i quatre plantes més de 1.100 m<sup>2</sup> útils destinats a oficines, a més de dues plantes de soterrani de 3.800 m<sup>2</sup> en total per a aparcament. En les instal·lacions s'ha posat un èmfasi especial en els sistemes d'estalvi energètic i de cura ambiental, en què destaca el sistema de climatització, que permet un estalvi d'espai i energia, i la producció d'aigua calenta sanitària que es fa per mitjà dels col·lectors solars situats a la coberta. Les instal·lacions es completen amb l'última tecnologia en mitjans audiovisuals, veu i dades, megafonia i sistema anti-intrusió.

Al costat de l'edifici d'oficines s'ha construït un edifici annex destinat a aparcament, amb 4 plantes, de manera que queden cobertes les necessitats d'aparcament de totes les persones que treballen en la Cooperativa. A més, en 2008, també hem inaugurat el nou menjador per als treballadors junt a l'edifici d'oficines.

NUESTRA PRESENCIA EN EL ARCO MEDITERRÁNEO:  
LA NOSTRA PRESENCIA A L'ARC MEDITERRANI:

	Tiendas Tendes	%
Comunidad Valenciana Comunitat Valenciana	368	65,3
Cataluña / Catalunya	145	25,7
Castilla-La Mancha / Castella-la Manxa	25	4,4
Murcia / Múrcia	16	2,8
Andalucía / Andalusia	7	1,3
Aragón / Aragón	3	0,5



## LAS PLATAFORMAS

La logística es un eslabón fundamental para que la calidad y la frescura de nuestros productos llegue intacta a nuestros clientes. Por este motivo, en 2008 la logística de Consum se ha orientado a mejorar el servicio a las tiendas a través de una mejora en la gestión de los procesos y del coste para lograr un sistema logístico eficiente.

En 2008 las centrales logísticas de Cataluña han recibido un fuerte impulso. Consum ha invertido 10 millones de euros en la ampliación y modernización de sus plataformas catalanas (El Prat y Sant Boi) para dar un servicio óptimo a toda su red de supermercados de Cataluña. Las instalaciones de El Prat de Llobregat, que distribuyen productos frescos de fruta y verdura, carne, charcutería, lácteos y congelados, han sido ampliadas en 7.000 m<sup>2</sup> hasta alcanzar los 18.000 m<sup>2</sup>. Por su parte, la plataforma de Sant Boi, desde donde se distribuyen productos de alimentación seca, limpieza y perfumería en régimen de autoservicio, cuenta con 19.000 m<sup>2</sup>.

## LES PLATAFORMES

La logística és una anella fonamental perquè la qualitat i la frescor dels nostres productes arribi intacta als nostres clients. Per esta raó, en 2008 la logística de Consum s'ha orientat a millorar el servei a les tendes a través d'una millora en la gestió dels processos i del cost per a aconseguir un sistema logístic eficient.

En 2008, les centrals logístiques de Catalunya han rebut un fort impuls. Consum ha invertit 10 milions d'euros en l'ampliació i la modernització de les seues plataformes catalanes (el Prat i Sant Boi) per donar un servei òptim a tota la xarxa de supermercats de Catalunya. Les instal·lacions del Prat de Llobregat, que distribuïxen productes frescos de fruita i verdura, carn, xarcuteria, lactis i congelats, han sigut ampliades en 7.000 m<sup>2</sup> fins a aconseguir els 18.000 m<sup>2</sup>. D'altra banda, la plataforma de Sant Boi, des d'on es distribuïxen productes d'alimentació seca, neteja i perfumeria en règim d'autoservici, compta amb 19.000 m<sup>2</sup>.

LA LOGÍSTICA ES UN ESLABÓN FUNDAMENTAL PARA QUE LA CALIDAD Y LA FRESCURA DE NUESTROS PRODUCTOS LLEGUE INTACTA A NUESTROS CLIENTES. LA LOGÍSTICA ÉS UNA ANELLA FONAMENTAL PERQUÈ LA QUALITAT I LA FRESCOR DELS NOSTRES PRODUCTES ARRIBE INTACTA ALS NOSTRES CLIENTS.







Tanto las instalaciones de El Prat de Llobregat como las de Sant Boi han incorporado nuevos sistemas para agilizar la gestión y garantizar la seguridad alimentaria y la trazabilidad. En concreto se ha incorporado un sistema de control de carga por radiofrecuencia en las expediciones de frescos y refrigerados, lo que facilita el control y planificación de la carga de camiones mejorando así el servicio a las tiendas. Con esta implantación en las centrales catalanas, todos los centros de expedición de Consum incorporan este sistema innovador.

Además, en la flota de camiones que abastece a Cataluña se ha instalado el sistema de control de temperaturas del transporte. A través de unos sensores de temperaturas y de control de apertura de puertas, se transmite en tiempo real vía GPRS cualquier cambio de temperatura a un servidor ubicado en las plataformas, garantizando así el mantenimiento de la cadena de frío.

Tant les instal·lacions del Prat de Llobregat com les de Sant Boi han incorporat nous sistemes per a agilitzar la gestió i garantir la seguretat alimentària i la traçabilitat. En concret, s'ha incorporat un sistema de control de càrrega per radiofreqüència en les expedicions de frescos i refrigerats, que facilita el control i la planificació de la càrrega de camions i millora així el servei a les tendes. Amb esta implantació en les centrals catalanes, tots els centres d'expedició de Consum incorporen este sistema innovador.

A més, en la flota de camions que abastix Catalunya s'ha instal·lat el sistema de control de temperatures del transport. Gràcies a uns sensors de temperatures i de control d'obertura de portes, es transmet en temps real via GPRS qualsevol canvi de temperatura a un servidor situat en les plataformes, de manera que es garantix el manteniment de la cadena de fred.

Otra mejora importante es el cambio del modelo de gestión de transporte en todos los centros de expedición, adaptándose mejor a las necesidades concretas y particulares de las tiendas de su ámbito, lo que nos ha permitido mejorar los tiempos de entrega y reducir los costes en base a una racionalización y planificación de las rutas del servicio de transporte.

Por último, y para asegurar el crecimiento futuro de nuestra organización hemos iniciado el proyecto de la nueva unidad logística de Torres de Cotillas (Murcia), que dará servicio integral de seco, frescos, refrigerados y congelados al zona sur de Alicante, Murcia y Andalucía.

Una altra millora important és el canvi del model de gestió de transport en tots els centres d'expedició, adaptant-se millor a les necessitats concretes i particulars de les tendes del seu àmbit. Això ens ha permès millorar els temps d'entrega i reduir els costos sobre la base d'una racionalització i una planificació de les rutes del servei de transport.

Finalment, i a fi d'assegurar el creixement futur de la nostra organització, hem iniciat el projecte de la nova unitat logística de Torres de Cotillas (Múrcia), que donarà servei integral de sec, frescos, refrigerats i congelats a la zona sud d'Alacant, Múrcia i Andalusia.

TANTO LAS INSTALACIONES DE EL PRAT DE LLOBREGAT COMO LAS DE SANT BOI HAN INCORPORADO NUEVOS SISTEMAS PARA AGILIZAR LA GESTIÓN Y GARANTIZAR LA SEGURIDAD ALIMENTARIA Y LA TRAZABILIDAD. TANT LES INSTAL·LACIONS DEL PRAT DE LLOBREGAT COM LES DE SANT BOI HAN INCORPORAT NOUS SISTEMES PER A AGILITZAR LA GESTIÓ I GARANTIR LA SEGURETAT ALIMENTÀRIA I LA TRAÇABILITAT.





## LOS PROVEEDORES

Las empresas con las que trabajamos son parte fundamental en nuestra cadena de valor, por ello el trato próximo y de confianza es una de los principales valores que promovemos en Consum.

En un año complicado por la coyuntura económica se han producido avances significativos en el departamento de Compras, reforzando valores como la confianza con nuestros proveedores, fundamental en la situación actual de mercado. Nuestra relación con los proveedores, basada en las buenas practicas comerciales y una comunicación directa y frecuente, nos ha permitido acabar el año consolidando nuestra posición en el TOP 10 del ranking de la Distribución, situándonos como uno de los mejores clientes para cada uno de nuestros proveedores.

Ofrecemos un surtido amplio y variado, que prima la capacidad de elección de nuestros consumidores, muestra de ello es la incorporación de 350 referencias en 2008. La expansión de la red y el desarrollo de nuevas necesidades entre los consumidores, han impulsado la gestión del surtido y su adaptación geográfica, aumentando considerablemente la gama local y regional.

También hay que destacar en el surtido los avances producidos en las secciones de frescos en términos de garantía de frescura y calidad, teniendo en cuenta criterios



## ELS PROVEÏDORS

Les empreses amb què treballem són una part fonamental en la nostra cadena de valor; per això, el tracte pròxim i de confiança és un dels valors principals que promovem en Consum.

En un any complicat per la conjuntura econòmica s'han produït avanços significatius en el departament de Compres, reforçant valors com la confiança amb els nostres proveïdors, fonamental en la situació actual de mercat. La nostra relació amb els proveïdors, basada en les bones pràctiques comercials i una comunicació directa i freqüent, ens ha permès acabar l'any consolidant la nostra posició entre els deu primers llocs del rànquing de la distribució, i ens hem situat així com un dels millors clients per a cada un dels nostres proveïdors.

Oferim un assortiment ampli i variat, en què preval la capacitat d'elecció dels nostres consumidors; mostra d'això és la incorporació de 350 referències en 2008. L'expansió de la xarxa i el desenvolupament de noves necessitats entre els consumidors han impulsat la gestió de l'assortiment i la seua adaptació geogràfica, i així s'ha augmentat considerablement la gamma local i regional.

També cal destacar en l'assortiment els avanços produïts en les seccions de frescos en termes de garantia de frescor i qualitat, tenint en compte criteris mediambientals i de sostenibilitat en l'elecció de productes i proveïdors, a més de logístics, comercials i de qualitat. Estos paràmetres han sigut la base per a l'avaluació i l'homologació dels fabricants, en què s'ha verificat que mes del 90% dels

OFRECEMOS UN SURTIDO AMPLIO Y VARIADO, QUE PRIMA LA CAPACIDAD DE ELECCIÓN DE NUESTROS CONSUMIDORES. OFERIM UN ASSORTIMENT AMPLI I VARIAT, EN QUÈ PREVAL LA CAPACITAT D'ELECCIÓ DELS NOSTRES CONSUMIDORS.

medioambientales y de sostenibilidad en la elección de productos y proveedores, además de logísticos, comerciales y de calidad. Estos parámetros han sido la base para la evaluación y homologación de los fabricantes, verificando que mas del 90% de los proveedores de Productos frescos y refrigerados cuentan con certificaciones de calidad, que garantizan el respeto del medio ambiente en sus actuaciones, así como la Seguridad Alimentaria. En este sentido, estamos trabajando, en la definición de una declaración formal para solicitar a todos nuestros proveedores su compromiso de gestión socialmente responsable, así como un sistema que lo evalúe. De esta forma, los criterios medioambientales y de sostenibilidad en la elección de productos y proveedores, será la base para la evaluación y homologación del conjunto de fabricantes.

## EL PRODUCTO

En cuanto al Producto Consum, siguiendo nuestra estrategia definida en 2005, hemos incorporado 137 nuevas referencias en 2008, alcanzando las 1.213, con un alto nivel de exigencia en cuanto a parámetros de calidad, diseño, competitividad y satisfacción del cliente. La calidad del producto Consum se contrasta doblemente, superando la normativa en vigor, con procesos de homologación de fabricantes de un lado, y con el proceso de validación por parte del socio-cliente de otro. Cabe destacar que el 98% de los nuevos productos han sido validados y el 2% restante se ha sometido a un proceso de mejora.



proveïdors de productes frescos i refrigerats disposen de certificats de qualitat, que garantixen el respecte pel medi ambient en les seues actuacions i la seguretat alimentària. En este sentit, treballem en la definició d'una declaració formal per a sol·licitar a tots els nostres proveïdors el seu compromís de gestió socialment responsable, a més d' un sistema que l'avalue. D'esta forma, els criteris mediambientals i de sostenibilitat en l'elecció de productes i proveïdors serà la base per a l'avaluació i l'homologació del conjunt de fabricants.

## EL PRODUCTE

Quant al producte Consum, seguint la nostra estratègia definida en 2005, hi hem incorporat 137 noves referències en 2008 fins a arribar a les 1.213, amb un alt nivell d'exigència quant a paràmetres de qualitat, disseny, competitivitat i satisfacció del client. La qualitat del producte Consum es contrasta doblement, superant la normativa en vigor, amb processos d'homologació de fabricants d'una banda, i amb el procés de validació per part del soci-cliente de l'altra. Cal destacar que el 98% dels nous productes han sigut validats i el 2% restant s'han sotmés a un procés de millora.

EL 98% DE LOS NUEVOS PRODUCTOS HAN SIDO VALIDADOS Y EL 2% RESTANTE SE HA SOMETIDO A UN PROCESO DE MEJORA. EL 98% DELS NOUS PRODUCTES HAN SIGUT VALIDATS I EL 2% RESTANT S'HAN SOTMÉS A UN PROCÉS DE MILLORA.



Hemos alcanzado por otra parte una participación del 15% en nuestra marca propia. Este avance nos ha permitido mejorar la atención de las necesidades de nuestros socios y clientes y establecer como meta para 2009 las 1.350 referencias de Producto Consum.

Tal como se establece en la Política de Responsabilidad Social de la Cooperativa, tenemos la voluntad de estimular el desarrollo económico local a través de un progresivo incremento en el uso de recursos de los territorios donde actuamos comercialmente, de forma que las empresas del territorio se ven favorecidas por el hecho de que, en igualdad de condiciones de suministro, tienen preferencia ante empresas de otras zonas. En este sentido, en 2008, hemos sustituido la compra de productos que anteriormente realizábamos en otras zonas, (principalmente de marca propia) por productos elaborados en áreas territoriales propias de nuestra acción comercial, como la Comunidad Valenciana, Andalucía y Cataluña, por un importe próximo a los cuatro millones de euros. Actualmente, el 64% de las compras efectuadas por Consum se realiza en las comunidades autónomas en las que estamos presentes.

D'altra banda, hem aconseguit una participació del 15% en la nostra marca pròpia. Este avanç ens ha permès millorar l'atenció de les necessitats dels nostres socis i clients i establir com a meta per a 2009 les 1.350 referències de producte Consum.

Tal com s'establix en la política de responsabilitat social de la Cooperativa, tenim la voluntat d'estimular el desenvolupament econòmic local per mitjà d'un increment progressiu en l'ús de recursos dels territoris on actuem comercialment, de forma que les empreses del territori es veuen afavorides pel fet que, en igualtat de condicions de subministrament, tenen preferència davant empreses d'altres zones. En este sentit, en 2008 hem substituït la compra de productes que anteriorment fèiem en altres zones (principalment de marca pròpia), per productes elaborats en àrees territorials pròpies de la nostra acció comercial, com és la Comunitat Valenciana, Andalusia i Catalunya, per un import pròxim als quatre milions d'euros. Actualment, el 64% de les compres efectuades per Consum té lloc en les comunitats autònomes on estem presents.

EL 64% DE LAS COMPRAS EFECTUADAS POR CONSUM SE REALIZA EN LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS EN LAS QUE ESTAMOS PRESENTES.  
EL 64% DE LES COMPRES EFECTUADES PER CONSUM TÉ LLOC EN LES COMUNITATS AUTÒNOMES ON ESTEM PRESENTS.



REALIZAMOS EVALUACIONES CONTINUAS PARA DETERMINAR EL CICLO DE CALIDAD DE VIDA DE LOS PRODUCTOS. EFECTUEM AVALUACIONS CONTÍNUES PER A DETERMINAR EL CICLE DE QUALITAT DE VIDA DELS PRODUCTES.



## MARKETING RESPONSABLE

El ejercicio de la Responsabilidad Social en Consum, se materializa a través de actuaciones que forman parte de los sistemas y procedimientos de la organización y que se detallan en el Plan de Gestión anual que define la Cooperativa.

En este Plan, se incluye el Plan Publi-promocional, el instrumento por excelencia de gestión de la acción comercial de la empresa. El control y seguimiento de las actuaciones que en él se definen, permite hacer una difusión comercial de los productos y servicios mediante catálogos, contenidos publicitarios, etc. Este Plan lo define el Comité de Gestión Socio-Cliente, integrado por los responsables de los departamentos de Socio-Cliente, Compras y Gestión de Tiendas. Socio-Cliente es el responsable de la elaboración del Plan; su aplicación es responsabilidad de los departamentos de Compras, Socio-Cliente y Gestión de Tiendas. El plan Publi-promocional tiene una vigencia anual, coincidiendo con el ejercicio económico de la Cooperativa.

A través del Comité de Coordinación Comercial integrado por los representantes de los departamentos de Socio-Cliente, Compras, Gestión de Tiendas y Logística, se evalúan las acciones comerciales que realiza Consum, garantizando que los contenidos de las mismas no se alejen de los valores definidos por la Cooperativa y que tienen aplicación directa: orientación al cliente, participación, compromiso social e innovación y adaptación al cambio.

Por otra parte, anualmente realizamos evaluaciones continuas, por parte de operadores internos y externos para determinar el ciclo de calidad de vida de los productos en términos de salud y seguridad.

## MÀRQUETING RESPONSABLE

L'exercici de la responsabilitat social en Consum es materialitza amb actuacions que formen part dels sistemes i els procediments de l'organització i que es detallen en el Pla de Gestió anual que defineix la Cooperativa.

En este Pla, s'inclou el Pla Publipromocional, l'instrument per excel·lència de gestió de l'acció comercial de l'empresa. El control i el seguiment de les actuacions que s'hi defineixen permeten fer una difusió comercial dels productes i servicis per mitjà de catàlegs, continguts publicitaris, etc. Este Pla és definit pel Comitè de Gestió Soci-Client, integrat pels responsables dels departaments de Soci-Client, Compres i Gestió de Tendes. Soci-Client és el responsable de l'elaboració del Pla, i l'aplicació és responsabilitat dels departaments de Compres, Soci-Client i Gestió de Tendes. El Pla Publipromocional té una vigència anual, que coincideix amb l'exercici econòmic de la Cooperativa.

Per mitjà del Comitè de Coordinació Comercial, integrat pels representants dels departaments de Soci-Client, Compres, Gestió de Tendes i Logística, s'avaluen les accions comercials que efectua Consum, i es garanteix que els seus continguts no s'allunyen dels valors definits per la Cooperativa i que tenen aplicació directa: orientació al client, participació, compromís social i innovació i adaptació al canvi.

D'altra banda, anualment efectuem avaluacions contínues, per part d'operadors interns i externs, per determinar el cicle de qualitat de vida dels productes en termes de salut i seguretat.



## INNOVACIÓN

Para seguir mejorando nuestros niveles de calidad y satisfacción del cliente es imprescindible la innovación. Por este motivo, en 2008 se ha realizado un importante esfuerzo inversor, 4,8 millones de euros, el doble que el año anterior, centrado básicamente en la mejora de procesos y en el desarrollo de nuevos, que nos permitan abordar con eficacia los retos planteados en cada uno de los distintos departamentos.

Dos proyectos innovadores que han mejorado el rendimiento de toda la empresa es la virtualización de servidores lo cual ha supuesto una mejora en los costes de gestión de administración. También se ha instalado un nuevo sistema de telefonía IP en la sede central y en las plataformas de distribución. Este sistema permite integrar en una misma red la voz y los datos simplificando la infraestructura de comunicaciones de la empresa.

En cuanto a la innovación de la gestión para las personas trabajadoras, Consum ha continuado implantando en 2008 un paquete integrado de Gestión de Personal, que permite agilizar los procesos de administración, organización, contrataciones, nóminas y selección, entre otros muchos.

En el departamento de Compras se ha realizado un proceso de alineamiento de ficheros maestros con nuestros proveedores para coordinar la información sobre cada uno de los artículos, con la finalidad de reducir el número de incidencias en los pedidos a proveedor. También se ha creado un circuito que permite enviar desde el sistema de gestión de compras a todas las tiendas la información del etiquetado para los productos de panadería.

En el departamento de Desarrollo hemos puesto en marcha un sistema de aviso de intervención en tiendas para gestionar incidencias relacionadas con averías, a través de un envío automatizado del aviso al proveedor correspondiente. Además se ha desarrollado un modelo de supermercado basado en la eficiencia energética, con una inversión de 2 millones de euros.

Otro proyecto innovador implantado en el departamento de Gestión de Tiendas es la conexión de balanzas, con una renovación total del parque de balanzas de la cooperativa, 1,7 millones de euros, una innovación que garantiza la actualización inmediata de los precios.

## INNOVACIÓ

Per a continuar millorant els nostres nivells de qualitat i satisfacció del client, és imprescindible la innovació. Per esta raó, en 2008 s'ha fet un important esforç inversor, 4,8 milions d'euros, el doble que l'any anterior, centrat bàsicament en la millora de processos i en el desenvolupament de nous, que ens permeten abordar amb eficàcia els reptes plantejats en cada un dels diversos departaments.

Dos projectes innovadors que han millorat el rendiment de tota l'empresa són la virtualització de servidors, que ha significat una millora en els costos de gestió d'administració, i la instal·lació d'un nou sistema de telefonía IP en la seu central i en les plataformes de distribució. Este sistema permet integrar en una mateixa xarxa la veu i les dades, de manera que se simplifica la infraestructura de comunicacions de l'empresa.

Quant a la innovació de la gestió per a les persones treballadores, Consum ha continuat implantant en 2008 un paquet integrat de Gestió de Personal, que permet agilitzar els processos d'administració, organització, contractacions, gestió de nòmines i selecció, entre molts altres.

En el departament de Compres s'ha dut a terme un procés d'alineament de fitxers mestres amb els nostres proveïdors per coordinar la informació sobre cada un dels articles, amb la finalitat de reduir el nombre d'incidències en les comandes al proveïdor. També s'ha creat un circuit que permet enviar, des del sistema de gestió de compres fins a totes les tendes, la informació de l'etiquetatge per als productes de forn.

En el departament de Desenvolupament hem posat en marxa un sistema d'avis d'intervenció en tendes per gestionar incidències relacionades amb averies, per mitjà d'un enviament automatitzat de l'avis al proveïdor corresponent. A més, s'ha desenvolupat un model de supermercat basat en l'eficiència energètica, amb una inversió de 2 milions d'euros.

Un altre projecte innovador implantat en el departament de Gestió de Tendes és la connexió de balances, amb una renovació total del parc de balances de la Cooperativa amb un cost 1,7 milions d'euros. Esta innovació garanteix l'actualització immediata dels preus.



SE HA IMPLANTADO LA ORDENACIÓN DE TICKETS EN IMPRESORAS TÉRMICAS CON EL CONSIGUIENTE AHORRO EN PAPEL Y MAYORES FACILIDADES EN LA COMPROBACIÓN DE COMPRA PARA EL CLIENTE. S'HA IMPLANTAT L'ORDENACIÓ DE TIQUETS EN IMPRESSORES TÈMIQUES, AMB L'ESTALVI CONSEGÜENT EN PAPER I MÉS FACILITATS EN LA COMPROVACIÓ DE LA COMPRA PER AL CLIENT.

En el departamento de Socio-Cliente se han implantado lectores de chip de las tarjetas Consum en 37 tiendas y se ha grabado la oferta personalizada en el chip.

El departamento de Logística ha desarrollado un sistema para gestionar eficazmente el tratamiento de los artículos y se ha centralizado el de la información del etiquetado de la fruta a granel a las tiendas.

Por último, el nuevo departamento de Dirección Corporativa cuenta desde 2008 con un archivo electrónico de documentación corporativa, que almacena la información electrónicamente, con la consecuente reducción de consumo de papel.

El reparto de la facturación de la Cooperativa entre productos o servicios significativamente modificados o introducidos durante el último año, entre los que incluimos la facturación proveniente tanto de las nuevas referencias de marcas propias, como de las implantaciones de puntos de venta en nuevas zonas geográficas, asciende a 59 millones de euros, un 3,7% de la facturación total de Consum.

En el departament de Soci-Client s'han implantat lectores de xip de les targetes Consum en 37 tendes i s'ha gravat l'oferta personalitzada en el xip.

El departament de Logística ha desenvolupat un sistema per a gestionar eficaçment el tractament dels articles i s'ha centralitzat el de la informació de l'etiquetatge de la fruita a granel a les tendes.

Finalment, el nou departament de Direcció Corporativa compta, des de 2008, amb un arxiu electrònic de documentació corporativa, que emmagatzema la informació electrònicament, amb la reducció conseqüent de consum de paper.

El repartiment de la facturació de la Cooperativa entre productes o servicis modificats significativament o introduïts durant l'últim any, entre els quals incloem la facturació provinent tant de les noves referències de marques pròpies com de les implantacions de punts de venda en noves zones geogràfiques, ascendeix a 59 milions d'euros, un 3,7% de la facturació total de Consum.



al Medio Ambiente.  
EL FUTURO EN POSITIVO

al Medi Ambient.  
EL FUTUR EN POSITIU

## POLÍTICA Y GESTIÓN AMBIENTAL

Conscientes del impacto medioambiental que puede generar nuestra actividad, tratamos de reducirlo al máximo. Para ello, en Consum contamos con un Área responsable en materia de medio ambiente que ha definido una política de trabajo en esta línea que nos conduzca desde el cumplimiento de los requisitos reglamentarios hasta la consecución de una mejora efectiva de nuestro entorno.

Los objetivos del área ambiental se plasman de forma anual en el documento de Evaluación de Impactos Ambientales que marcan las pautas a seguir en función de los aspectos ambientales significativos, que salen de la evaluación de la gestión de residuos, la contaminación acústica, los vertidos y los consumos de recursos.

En este sentido, es importante destacar que en 2008 únicamente hemos registrado dos sanciones por incumplimiento de la legislación ambiental en materia de residuos.

En la partida de gastos e inversiones ambientales hemos destinado 1.568.639,3 euros en 2008, un 16% más que en 2007 provocado por la aplicación de nuestra política de gestión de residuos en supermercados y plataformas y por el tratamientos de aguas residuales, entre otras medidas.

## POLÍTICA I GESTIÓ AMBIENTAL

Conscients de l'impacte mediambiental que pot generar la nostra activitat, tractem de reduir-lo al màxim. Per a aconseguir-ho, en Consum comptem amb una àrea responsable en matèria de medi ambient que ha definit una política de treball en esta línia, que ens conduïska des del compliment dels requisits reglamentaris fins a aconseguir una millora efectiva del nostre entorn.

Els objectius de l'àrea ambiental es plasmen de forma anual en el document d'Impactes Ambientals, que marca les pautes que cal seguir en funció dels aspectes ambientals significatius, que ixen de l'avaluació de la gestió de residus, la contaminació acústica, els abocaments i els consums de recursos.

En este sentit, és important destacar que en 2008 únicament hem registrat dues sancions per incompliment de la legislació ambiental en matèria de residus.

En la partida de despeses i inversions ambientals, hem destinat 1.568.639,3 euros en 2008, un 16% més que en 2007, a causa de l'aplicació de la nostra política de gestió de residus en supermercats i plataformes i pel tractaments d'aigües residuales, entre altres mesures.

EL DESGLOSE DE RESIDUOS POR TIPO.  
DESGLOSSAMENT DE RESIDUS PER TIPUS.

Residuo / Residu	Tipo de Residuos (en Tn) / Tipus de Residus (en Tn)		
	2006	2007	2008
Cartón / Cartó	8.770,39	10.512,24	13.640,80
Plástico / Plàstic	333,77	360,00	477,53
Orgánico / Orgànic*	1.334,43	2.728,23	2.326,07

\* Sólo de Plataformas / Només de plataformes



La cantidad recuperada de papel y cartón nos anima a continuar trabajando en esta línea, ya que suponen salvar de la tala 231.894 árboles, que han podido absorber 13.914 toneladas de CO2. Por su parte, la recuperación del plástico, se traduce en un ahorro de 238 toneladas de petróleo.

Con la finalidad de mejorar la gestión de residuos, en 2008 se han incorporado medidas como la instalación de un equipo clasificador de palets en la plataforma de Silla. Este equipo sustituye a dos carretillas elevadoras y por lo tanto suponen un ahorro de 96 litros de aceite para el motor, 14.976 litros de gasoil al año, 40 litros de aceite hidráulico y 8 ruedas. También se ha instalado una briquetadora en la central de Quart de Poblet, que favorece la destrucción de las cajas de poli-estireno, reduciendo su tamaño y compactándolas al máximo para su reciclado.

Junto a la gestión de residuos, también llevamos a cabo el control y seguimiento del consumo anual de agua y energía, así como del ruido exterior que produce nuestra actividad.

En lo que se refiere al consumo de agua, hay que destacar un importante ahorro del 20% en el consumo de este recurso natural referido a las ventas, con respecto a 2007.

Les quantitats de paper i cartó recuperades ens anima a continuar treballant en esta línia, ja que suposen salvar de la tala 231.894 arbres, que han pogut absorbir 13.914 tones de CO2. D'altra banda, la recuperació del plàstic es tradueix en un estalvi de 238 tones de petroli.

Amb la finalitat de millorar la gestió de residus, en 2008 s'han incorporat mesures com la instal·lació d'un equip classificador de palets en la plataforma de Silla. Este equip substitueix dos carretons elevadors i per tant suposen un estalvi de 96 litres d'oli per al motor, 14.976 litres de gasoil a l'any, 40 litres d'oli hidràulic i 8 rodes. També s'ha instal·lat una briquetadora en la central de Quart de Poblet, que afavorix la destrucció de les caixes de poliestiré, ja que en redueix la mida i les compacta al màxim per al seu reciclatge.

Juntament amb la gestió de residus, també portem a terme el control i el seguiment del consum anual d'aigua i energia, a més del soroll exterior que produeix la nostra activitat.

Pel que fa al consum d'aigua, cal destacar un important estalvi del 20% en el consum d'este recurs natural referit a les vendes, en relació amb l'any 2007.

Este estalvi és degut tant a la labor de sensibilització de les persones que treballen en la Cooperativa, com a les mesures adoptades per a la millora de la gestió de

Este ahorro se debe tanto a la labor de sensibilización de las personas que trabajan en la Cooperativa, como a las medidas adoptadas para la mejora de la gestión del agua. Entre ellas, destaca el avance en la incorporación de grifos "presto" y/o de pedal en aseos y vestuarios, tanto de puntos de venta como de plataformas, que reducen un 15% el consumo de agua. También como experiencia piloto, hemos colocado grifos con detectores en el edificio de la Sede de Silla, que suponen un 6,6% de ahorro con respecto a los convencionales. Además realizamos un seguimiento de los consumos de cada centro, para mejorar la información de los consumos realizados y para gestionar cualquier fuga de la forma más rápida posible.

En general, las aguas residuales generadas por el desarrollo de nuestra actividad se vierten directamente al alcantarillado público, por ser consideradas agua residuales de tipo doméstico. Para el caso concreto de la depuradora de El Prat y la fosa séptica de Quart, disponemos de un protocolo específico para el tratamiento de aguas residuales generadas, debidamente controlado.

El consumo de energía eléctrica respecto a las ventas, se ha situado en 0,162 Kw/h. Este valor es ligeramente superior al del ejercicio anterior debido a que las medidas de eficiencia energética todavía no se habían implantado en las redes adquiridas. No obstante, cabe destacar que la inversión en procesos de automatización eléctricos o de apagado de instalaciones, sumado a la campaña de concienciación en el uso racional de la energía por parte de todo el personal de los centros de la cooperativa, ha permitido reducir cerca de un 9,8% nuestro consumo de electricidad con relación a las previsiones para 2008 y un ahorro de 2,2 millones de euros.

l'aigua. Entre estes, destaca l'avanç en la incorporació d'aixetes "presto" i/o de pedal en banys i vestidors, tant dels punts de venda com de les plataformes, que reduïxen un 15% el consum d'aigua. A més, com a experiència pilot, hem col·locat aixetes amb detectors en l'edifici de la seu de Silla, que suposen un 6,6% d'estalvi respecte als convencionals. A més, fem un seguiment dels consums de cada centre per millorar la informació dels consums realitzats i per gestionar qualsevol fuga de la forma més ràpida possible.

En general, les aigües residuals generades pel desenvolupament de la nostra activitat s'aboquen directament al clavegueram públic, perquè són considerades aigües residuals de tipus domèstic. Per al cas concret de la depuradora del Prat i la fossa sèptica de Quart, disposem d'un protocol específic per al tractament d'aigües residuals generades, controlat de forma adequada.

El consum d'energia elèctrica respecte de les vendes s'ha situat en 0,162 kW/h. Este valor és lleugerament superior al de l'exercici anterior, pel fet que les mesures d'eficiència energètica encara no s'havien implantat en les xarxes adquirides. En canvi, cal destacar que la inversió en processos d'automatització elèctrics o d'apagada d'instal·lacions, sumada a la campanya de conscienciació en l'ús racional de l'energia per part de tot el personal dels centres de la Cooperativa, ha permès reduir prop d'un 9,8% el nostre consum d'electricitat en relació amb les previsions per a 2008 i un estalvi de 2,2 milions d'euros.

CONTROL Y SEGUIMIENTO DEL CONSUMO ANUAL DEL AGUA.  
CONTROL I SEGUIMENT DEL CONSUM ANUAL DE L'AIGUA.

	m <sup>3</sup> Ventas / Vendes
2006	0.00025
2007	0.00025
2008	0.00020



CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA.  
CONSUM D'ENERGIA ELÈCTRICA.

	m <sup>3</sup> Ventas / Vendes
2006	0,1458
2007	0,1477
2008	0,1620





En cuanto al porcentaje de energía consumida proveniente de fuentes renovables, la instalación Solar de la Plataforma de Silla produce 2.000 Kw. al año que, sobre los 203 millones de consumo total de la Cooperativa, supone un porcentaje muy bajo, pero debe tenerse en cuenta que las características de los distintos inmuebles de la cooperativa (principalmente supermercados emplazados en el interior de localidades y en bajos de edificios ya construidos) hace muy compleja la instalación de equipos que nos proporcionen energía proveniente de fuentes de energía renovables. Aunque el porcentaje de energía consumida proveniente de fuentes renovables no es significativo, sí evidencia la inquietud medioambiental de la organización.

Cabe destacar, entre las medidas adoptadas para reducir el consumo energético en 2008, el inicio de una línea de supermercados Ecoeficientes. Estos centros, encabezados por el supermercado de Aldaia-Avenida 2 de Mayo abierto en diciembre de 2008, incorporan medidas de eficiencia energética tales como sistemas que regulan automáticamente el funcionamiento de los muebles frigoríficos en función de la temperatura ambiente, ven-

Quant al percentatge d'energia consumida provinent de fonts renovables, la instal·lació solar de la plataforma de Silla produïx 2.000 kW a l'any, que, sobre els 203 milions de consum total de la Cooperativa, representa un percentatge molt baix; però cal tindre en compte que les característiques dels diversos immobles de la Cooperativa (principalment supermercats emplaçats en l'interior de localitats i en baixos d'edificis ja construïts) fa molt complexa la instal·lació d'equips que ens proporcionen energia provinent de fonts d'energia renovables. Encara que el percentatge d'energia consumida provinent de fonts renovables no és significatiu, sí que evidencia la inquietud mediambiental de l'organització.

Cal destacar, entre les mesures adoptades per reduir el consum energètic en 2008, l'inici d'una línia de supermercats ecoeficients. Estos centres, encapçalats pel supermercat d'Aldaia-Avinguda 2 de Maig obert al desembre de 2008, incorporen mesures d'eficiència energètica com ara sistemes que regulen automàticament el funcionament dels mobles frigorífics en funció de la temperatura ambiental, ventiladors eficients en el mobiliari i instal·lació de portes de

tiladores eficientes en el mobiliario y la instalación de puertas de cristal en nuestro mobiliario de congelado. Además se han instalado sistemas de iluminación de bajo consumo. Con todas ellas, el consumo energético de un centro se reduce hasta en un 25% con relación a un supermercado convencional y evita así la emisión de 125 toneladas de CO2 al medio ambiente al año. También para favorecer el ahorro energético, en la central frigorífica de la plataforma de Ribarroja se instaló un variador de frecuencia, que regula el consumo en el arranque de los compresores, con el consiguiente ahorro energético, evitando puntas de arranque.

Por otra parte, desde el departamento de Compras se está trabajando en la mejora de la eficiencia de ahorro energético de determinados productos; concretamente, en la categoría de bombillas continuamos introduciendo referencias de producto "A", las ahorradoras de energía, en sustitución de las bombillas convencionales. De esta forma, hemos pasado de un 10% de bombillas de bajo consumo con respecto al total en 2007, a un 40% en 2008.

vidre en el nostre mobiliari de congelat. A més, s'han instal·lat sistemes d'il·luminació de baix consum. Amb totes estes mesures, el consum energètic d'un centre es reduïx fins en un 25% en relació amb un supermercat convencional, de manera que s'evita l'emissió de 125 tones de CO2 al medi ambient cada any. També per afavorir l'estalvi energètic, en la central frigorífica de la plataforma de Riba-roja s'ha instal·lat un variador de freqüència que regula el consum en l'arrancada dels compressors, amb el consegüent estalvi energètic, evitant puntes d'arrancada.

D'altra banda, des del departament de Compres es treballa en la millora de l'eficiència d'estalvi energètic de determinats productes; concretament, en la categoria de peretes continuem introduint referències de producte "A", les que estalvien d'energia, en substitució de les peretes convencionals. D'esta forma, hem passat d'un 10% de peretes de baix consum en el total de 2007, a un 40% en 2008.



LOS SUPERMERCADOS ECOEFICIENTES REDUCEN EL CONSUMO ENERGÉTICO HASTA EN UN 25% CON RELACIÓN A UN SUPERMERCADO CONVENCIONAL. ELS SUPERMERCATS ECOEFICIENTS REDUÏXEN EL CONSUM ENERGÈTIC FINS EN UN 25% EN RELACIÓ AMB UN SUPERMERCAT CONVENCIONAL.





Pel que fa a la contaminació acústica, disposem d'un sistema de control de l'impacte que genera la nostra activitat. El resultat de l'auditoria sobre contaminació acústica indica que el volum del soroll provocat per l'activitat diürna en els nostres supermercats és 2 decibels per davall del límit legal establert, i d'1 decibel, també per davall del límit legal, en els mesuraments efectuats en horari nocturn.

Les mesures adoptades en 2008 per minimitzar la contaminació acústica en les tendes s'han centrat en la instal·lació de sòls insonoritzats en els onze centres nous i en els construïts davall de vivenda, en l'adquisició de 21 portapalets amb rodes blanques i en l'adquisició de 6.200 carros de compra amb rodes blanques. També s'han insonoritzat les sales de màquines i els sistemes d'aire condicionat en les noves obertures.

En el cas de la contaminació atmosfèrica, en el sector de la distribució es localitza en la flota de transport. En el nostre cas este servici el realitzen empreses subcontractades, que han comptabilitzat una emissió de 13,51 tones de CO2 a l'any, un 13% menys que l'exercici anterior. També hem aconseguit reduir en un 13% les emissions atmosfèriques com el SOx, el NOx i el CO, que s'han situat en 444 tones anuals. Estos avanços han sigut possibles gràcies a l'optimització de la logística.

D'altra banda, els nostres circuits són tancats; per tant, no som susceptibles de generar emissions provinents dels gasos refrigerants dels equips de fred dels nostres

EN 2008 HEMOS LOGRADO REDUCIR EN UN 13% LAS EMISIONES ATMOSFÉRICAS. EN 2008 HEM ACONSEGUIDO REDUCIR EN UN 13% LAS EMISSIONS ATMOSFÈRIQUES.

En lo que se refiere a la contaminación acústica, disponemos de un sistema de control del impacto que genera nuestra actividad. El resultado de la auditoria sobre contaminación acústica indica que la medida del ruido producido por la actividad diurna en nuestros supermercados es 2 decibelios por debajo del límite legal establecido, y de 1 decibelio, también por debajo de límite legal, en las medidas realizadas en horario nocturno.

Las medidas adoptadas en 2008 para minimizar la contaminación acústica en las Tiendas se ha centrado en la instalación de suelo insonorizado en los 11 centros nuevos y en los construidos bajo vivienda, en dotar de 21 traspaletas con ruedas blandas, y en la adquisición de 6.200 carros de compra con ruedas blandas. También se han insonorizado las salas de máquinas y los sistemas de aire acondicionado en las nuevas aperturas.

En el caso de la contaminación atmosférica, en el sector de la distribución se localiza en la flota de transporte. En nuestro caso este servicio lo realizan empresas subcontractadas, que han contabilizado una emisión del 13,51 TN de CO2 al año, un 13% menos que el ejercicio anterior. También hemos logrado reducir en un 13% las emisiones atmosféricas como el SOx, el NOx y el CO, que se han situado en 444 toneladas anuales. Estos avances han sido posibles gracias a la optimización de la logística.

Por otro lado, nuestros circuitos son cerrados por lo que no somos susceptibles de generar emisiones provenientes de los gases refrigerantes de los equipos de frío de nuestros supermercados y plataformas.

Además, contamos con un sistema de alarma centralizado que en caso de avería de cualquier equipo de frío de supermercados y plataformas, de manera que se identifica el problema y de inmediato se procede a su reparación, evitando vertidos de gases y generación de residuos derivados de productos en mal estado por falta de frío.

En lo que respecta a la contaminación lumínica, el 100% de nuestras luminarias exteriores son de baja dispersión hemisferio superior. Para evitar la contaminación lumínica a las medidas ya implantadas en años anteriores –regulación por célula de los rótulos y control de la inclinación de las pantallas reflectantes-, se añade la instalación de un autómata en los supermercados para regular la intensidad lumínica.

La afectación al suelo es un aspecto que Consum no contempla, ya que no trabajamos con sustancias líquidas peligrosas o solubles, de manera que la afectación que pueden suponer sobre el suelo, derivada de la actividad comercial, es nula. Por otra parte, nuestra actividad no la desarrollamos en terrenos que estén incluidos dentro de espacios protegidos.

supermercats i plataformes. A més, comptem amb un sistema d'alarma centralitzat en cas d'avaría de qualsevol equip de fred de supermercats i plataformes, de manera que s'identifica el problema i immediatament es procedix a reparar-lo, i així s'eviten abocaments de gasos i generació de residus derivats de productes en mal estat per falta de fred.

Pel que fa a la contaminació lumínica, el 100% de les nostres lluminàries exteriors són de baixa dispersió hemisferi superior. Per evitar la contaminació lumínica, a les mesures ja implantades en anys anteriors –regulació per cèl·lula dels rètols i control de la inclinació de les pantalles reflectores-, s'afeg la instal·lació d'un autòmat en els supermercats per regular la intensitat lumínica.

L'afectació al terra és un aspecte que Consum no preveu, ja que no treballem amb substàncies líquides perilloses o solubles, de manera que l'afectació que poden suposar sobre el terra, derivada de l'activitat comercial, és nul·la.



Con la finalidad de sensibilizar y formar a nuestros trabajadores y consumidores en materia medioambiental durante 2008 hemos llevado a cabo varias acciones divulgativas. En 2008 se ha impartido un módulo de formación ambiental con una hora de media por trabajador. Además, tanto en la revista dirigida a los socios-clientes como en la de los socios-trabajadores se incluye una página ambiental, en la que se fomentan valores medioambientales como el ahorro de recursos naturales, el cuidado de la atmósfera, la mejora de la contaminación acústica, gestión de residuos, transporte y mantenimiento. Junto a esto, cabe destacar también que los folletos comerciales se han reducido de manera importante, gracias al nuevo modelo de descuento y la nueva oferta segmentada que hay para los clientes.

Otra actividad para fomentar los valores medioambientales entre los trabajadores fue la creación del 1<sup>er</sup> Concurso Ambiental de la Cooperativa, en el que se debían proponer iniciativas ambientales aplicables a nuestra actividad. El primer premio, librado en las Asambleas de trabajadores, fueron para la recogida selectiva de

D'altra banda, la nostra activitat no la desenvolupem en terrenys que estiguen inclosos dins d'espais protegits.

Amb la finalitat de sensibilitzar i formar els nostres treballadors i consumidors en matèria mediambiental, durant 2008 hem portat a terme diverses accions divulgatives. En 2008 s'ha impartit un mòdul de formació ambiental amb una hora de mitja per treballador. A més, tant en la revista dirigida als socis-clientes com en la dels socis-tr treballadors s'inclou una pàgina ambiental, en la qual es fomenten valors mediambientals com ara l'estalvi de recursos naturals, la cura de l'atmosfera i la millora de la contaminació acústica i de la gestió dels residus, el transport i el manteniment. A més d'això, també cal destacar que els fullets comercials s'han reduït de manera important, gràcies al nou model de descompte i a la nova oferta segmentada que hi ha per als clients.

Una altra activitat per a fomentar els valors mediambientals entre els treballadors va ser la creació del 1r Concurs Ambiental de la Cooperativa, en què s'havien de proposar iniciatives ambientals aplicables a la nostra activitat. El



cartuchos de tóner en los supermercados. Esta iniciativa se puso en marcha en junio, con un resultado de 34 puntos de venta que ya están reciclando este material junto al de las centrales y las oficinas de la Cooperativa. Además hemos identificado como oportunidades de mejora unificar el servicio en centrales y punto de venta por un único gestor y garantizar el reciclado.

Otra iniciativa destacable para favorecer el ahorro energético es la participación de Consum en el concurso de ámbito europeo de ahorro energético Energy Trophy. El concurso mide el ahorro energético que se puede generar en oficinas sin hacer ninguna inversión. La experiencia ha motivado la creación de indicadores de seguimiento del consumo. En este sentido, destaca la iniciativa puesta en marcha en la Sede de Consum para controlar los distintos parámetros medioambientales. El sistema consiste en una serie de informes mensuales, uno de residuos y otro de energía, por departamento en el que se evalúa el correcto reciclaje y un consumo energético sostenible, respectivamente y ello se plasma después en un semáforo con 3 luces (verde, amarilla y roja) que indican el grado de cumplimiento de los diferentes departamentos. El funcionamiento es sencillo. Actualmente estamos trabajando para trasladarlo al resto de ámbitos de la Cooperativa.

Fruto de esta labor de sensibilización, los trabajadores han valorado con un 8 sobre 10 la actuación que estamos teniendo en materia medioambiental, tal y como refleja la Encuesta Medioambiental que hemos realizado en este ejercicio.

primer premi, entregat en les assemblees de treballadors, va ser per a la recollida selectiva de cartutxos de tóner en els supermercats. Esta iniciativa es va posar en marxa al juny, amb un resultat de 34 punts de venda que ja reciclen este material en paral·lel a les centrals i les oficines de la Cooperativa. A més, hem identificat com a oportunitats de millora la unificació del servei en les centrals i els punts de venda per un únic gestor i la garantia del reciclatge.

Una altra iniciativa destacable per a afavorir l'estalvi energètic és la participació de Consum en el concurs d'àmbit europeu d'estalvi energètic Energy Trophy. El concurs mesura l'estalvi energètic que es pot generar en les oficines sense fer cap inversió. L'experiència ha motivat la creació d'indicadors de seguiment del consum. En este sentit, destaca la iniciativa posada en marxa en la seu de Consum per a controlar els diversos paràmetres mediambientals. El sistema consistix en una sèrie d'informes mensuals per departament, un de residus i un altre d'energia, en què s'avalua, respectivament, el reciclatge correcte i un consum energètic sostenible, i això es plasma després en un semàfor amb 3 llums (verd, groc i roig) que indiquen el grau de compliment dels diversos departaments. Actualment, treballem per traslladar-lo a la resta d'àmbits de la Cooperativa.

Fruit d'esta labor de sensibilització, els treballadors han valorat amb un 8 sobre 10 l'actuació que desenvolupem en matèria mediambiental, tal com reflectix l'enquesta mediambiental que hem fet en este exercici.

DESTACA LA INICIATIVA PUESTA EN MARCHA EN LA SEDE DE CONSUM PARA CONTROLAR LOS DISTINTOS PARÁMETROS MEDIOAMBIENTALES. HI DESTACA LA INICIATIVA POSADA EN MARXA EN LA SEU DE CONSUM PER A CONTROLAR ELS DIVERSOS PARÀMETRES MEDIAMBIENTALS.

SE HA CREADO EL 1er CONCURSO AMBIENTAL DE LA COOPERATIVA, EN EL QUE SE DEBÍAN PROPONER INICIATIVAS AMBIENTALES APLICABLES A NUESTRA ACTIVIDAD. S'HA CREAT EL 1r CONCURS AMBIENTAL DE LA COOPERATIVA, EN EL QUAL S'HAVIEN DE PROPOSAR INICIATIVES AMBIENTALS APLICABLES A LA NOSTRA ACTIVITAT.





## APUESTA POR LA CALIDAD

En Consum estamos comprometidos con la calidad de nuestros servicios y de nuestros productos, y en 2008 hemos continuado centrando nuestros esfuerzos por mantener estos estándares de seguridad alimentaria. Para ello, el mantenimiento del sistema de gestión de calidad implantado en las plataformas de frescos, refrigerados y congelados de Consum, bajo la norma ISO 9001, ha sido un factor clave, siempre dirigido a la mejora continua.

## APOSTA PER LA QUALITAT

En Consum estem compromesos amb la qualitat dels nostres servicis i dels nostres productes, i en 2008 hem continuat centrant els nostres esforços per mantindre estos estàndards de seguretat alimentària. Per fer-ho, el manteniment del sistema de gestió de qualitat implantat en les plataformes de frescos, refrigerats i congelats de Consum, davall la norma ISO 9001, ha sigut un factor clau, sempre dirigit a la millora contínua.

CONSUM PONE LOS MEDIOS PARA GARANTIZAR TANTO LA SEGURIDAD ALIMENTARIA DEL PRODUCTO COMO LAS ESPECIFICACIONES DE CALIDAD PACTADAS CON LOS SUMINISTRADORES. CONSUM POSA ELS MITJANS PER A GARANTIR TANT LA SEGURETAT ALIMENTÀRIA DEL PRODUCTE COM LES ESPECIFICACIONES DE QUALITAT PACTADES AMB ELS SUBMINISTRADORS.



## PRODUCTES I SERVICIS DE CONFIANÇA

Amb la definició d'un pla contínua dels proveïdors de productes frescos i marca pròpia tant d'alimentació com de no alimentació, Consum posa els mitjans per a garantir tant la seguretat alimentària del producte com les especificacions de qualitat pactades amb els subministradors.

## PRODUCTOS Y SERVICIOS DE CONFIANZA

Al definir un plan de evaluación continua de los proveedores de productos frescos y marca propia tanto de alimentación como de no alimentación, Consum pone los medios para garantizar tanto la seguridad alimentaria del producto así como las especificaciones de calidad pactadas con los suministradores.

Este pla ens ha portat a efectuar 141 auditories d'homologació i exercicis de traçabilitat a proveïdors de productes frescos i de marca pròpia. En estes auditories es preveuen els aspectes crítics de seguretat alimentària i de producte que tots els nostres proveïdors han de complir com a criteri d'homologació, i a més es tenen en compte les especificacions de qualitat acordades amb els nostres proveïdors que facen que el producte resulte satisfactori, a més de segur i saludable per als nostres clients.

Este plan nos ha llevado a realizar 141 auditorías de homologación y ejercicios de trazabilidad a proveedores de productos frescos y de marca propia. En estas auditorías se contemplan los aspectos críticos de seguridad alimentaria y de producto que todos nuestros proveedores han de cumplir como criterio de homologación, además se contemplan las especificaciones de calidad acordadas con nuestros proveedores que hagan que el producto resulte satisfactorio además de seguro y saludable para nuestros clientes.

S'han revisat tant les instal·lacions productives de proveïdors com tots els procediments productius relacionats amb la qualitat i la seguretat dels productes. A més, per mitjà dels exercicis de traçabilitat hem reconstruït la història del producte, des dels lineals fins a les matèries primeres utilitzades, tot per garantir els nostres productes fins a la taula dels consumidors.

Se han chequeado tanto las instalaciones productivas de proveedores como todos los procedimientos productivos relacionados con la calidad y seguridad de los productos. Además mediante los ejercicios de trazabilidad hemos reconstruido la historia del producto, desde nuestros lineales hasta las materias primas utilizadas, todo para garantizar nuestros productos hasta la mesa de los consumidores.

Per efectuar estes avaluacions, Consum utilitza tant estàndards propis com reconeguts internacionalment. Estos estàndards, els apliquem en les avaluacions al llarg de tota la cadena de valor, des de la producció primària fins a les empreses fabricants. D'esta manera valorem l'esforç que efectuen els nostres proveïdors, que disposen ja d'estes normes reconegudes per tota la distribució europea, i fem de la seguretat alimentària un valor de màxima garantia per als nostres consumidors.

Para realizar estas evaluaciones Consum utiliza tanto estándares propios como reconocidos internacionalmente. Dichos estándares estamos aplicándolos en las evaluaciones a lo largo de toda la cadena de valor, desde la producción primaria hasta las empresas fabricantes. De esta manera estamos valorando el esfuerzo realizado por nuestros proveedores que disponen ya de dichas normas reconocidas por toda la distribución europea, haciendo de la seguridad alimentaria un valor de máxima garantía para nuestros consumidores.



CONSUM SIGUE APOSTANDO POR LA MEJORA CONTÍNUA EN EL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN. CONSUM CONTINUA APOSTANT PER LA MILLORA CONTÍNUA EN EL PROCÉS DE DISTRIBUCIÓ.



Además todas estas evaluaciones que tienen como objetivo final que el producto cumpla con todas las especificaciones de calidad, deben ser verificadas por Consum para cerrar completamente el círculo de calidad. Para cumplir con este objetivo de verificación los productos frescos así como a los productos de marca propia se han realizado 850 análisis de las distintas referencias con los que pretendemos testar no sólo que el producto es seguro en su uso o consumo, sino que además cumple con los estándares de calidad legislativos, internos y que satisfagan las necesidades del cliente.

Consum sigue apostando por la mejora continua en el proceso de distribución, y por tanto el mantenimiento de la certificación de nuestras plataformas de distribución de frescos, refrigerados y congelados, bajo un sistema de calidad amparado en la norma ISO 9001, supone un reconocimiento a la calidad de nuestros servicios.

En nuestros puntos de venta, estamos al día en las novedades legislativas, implantando aquellas que son de aplicación, para satisfacer las expectativas de nuestros clientes.

A més, totes estes avaluacions, que tenen com a objectiu final que el producte complisca totes les especificacions de qualitat, han de ser verificades per Consum per tancar completament el cercle de qualitat. A fi de complir este objectiu de verificació, s'han efectuat 850 anàlisis de les diverses referències de productes frescos i de productes de marca pròpia, amb les quals pretenem testar no tan sols que el producte és segur en l'ús o el consum, sinó que a més complix els estàndards de qualitat legislatius, interns i que satisfacen les necessitats del client.

Consum continua apostant per la millora contínua en el procés de distribució, i per tant el manteniment del certificat de les nostres plataformes de distribució de frescos, refrigerats i congelats, davall un sistema de qualitat emparat en la norma ISO 9001, suposa un reconeixement a la qualitat dels nostres servicis.

En els nostres punts de venda, estem al dia en les novetats legislatives, ja que implantem les que ens són d'aplicació per satisfer les expectatives dels nostres clients.

## SEGURIDAD ALIMENTARIA

2008 ha sido un año clave en el seguimiento y el esfuerzo por mejorar todos aquellos procesos internos que tienen influencia directa en la seguridad de los productos, como son la ampliación de la trazabilidad automática a la sección de pescados, la puesta a punto de todo el sistema de control de temperaturas en la flota y la puesta en marcha de herramientas que automatizan la correcta rotación del producto en los almacenes de producto fresco.

Los controles e inspecciones realizados en este año, abarcan todos los eslabones de la cadena, desde la recepción en las plataformas, pasando por el transporte, hasta la exposición en el punto de venta. Dada la naturaleza de Consum, un aspecto prioritario de estas inspecciones es el garantizar la correcta cadena de frío en todas las etapas.

Más de 100 controles nos aseguran en nuestras plataformas, que las prácticas de almacenamiento y manipulación son higiénicamente correctas, y que nuestros sistemas de trazabilidad, y de mantenimiento de cadena de frío garantizan un producto seguro.

En la etapa de carga de camiones, durante 2008 se realizaron más de 640 controles de temperatura, y más de 1000 en el proceso de descarga y reposición en el supermercado.

En los puntos de venta, nos hemos centrado en garantizar uniformidad en los procesos para todos nuestros centros, revisando el grado de implantación de las normativas de higiene. Hemos inspeccionado más de 260 puntos de venta, con especial incidencia en los centros adquiridos en 2007, siendo los resultados muy satisfactorios, ya que todos obtienen unos niveles de cumplimiento elevados.

## SEGURETAT ALIMENTÀRIA

2008 ha sigut un any clau en el seguiment i l'esforç per millorar tots aquells processos interns que tenen influència directa en la seguretat dels productes, com són l'ampliació de la traçabilitat automàtica en la secció de peixos, la posada al punt de tot el sistema de control de temperatures en la flota i la posada en marxa de ferramentes que automatitzen la rotació correcta del producte en els magatzems de producte fresc.

Els controls i les inspeccions efectuats enguany abracen totes les anelles de la cadena, des de la recepció en les plataformes i el transport fins a l'exposició en el punt de venda. Atesa la naturalesa de Consum, un aspecte prioritari d'estes inspeccions és garantir la correcció en totes les etapes de la cadena de fred.

Més de 100 controls ens asseguren en les nostres plataformes que les pràctiques d'emmagatzemament i manipulació són correctes higiènicament i que els nostres sistemes de traçabilitat i de manteniment de cadena de fred garantixen un producte segur.

En l'etapa de càrrega de camions, durant 2008 es van fer més de 640 controls de temperatura, i més de 1.000 en el procés de descàrrega i reposició en el supermercat.

En els punts de venda, ens hem centrat a garantir uniformitat en els processos per a tots els nostres centres, revisant el grau d'implantació de les normatives d'higiene. Hem inspeccionat més de 260 punts de venda, amb especial incidència en els centres adquirits en 2007, i els resultats han sigut molt satisfactoris, ja que tots obtenen uns nivells de compliment elevats.







al Compromiso.  
EL LADO HUMANO  
DE LA COOPERATIVA

al Compromís.  
EL COSTAT HUMÀ  
DE LA COOPERATIVA

## SOCIOS TRABAJADORES

### LOS TRABAJADORES

Al cierre del ejercicio 2008, la plantilla de la Cooperativa es de 8.832 personas. De ellas, el 76,7% son mujeres, lo que contribuye a su incorporación en el mercado laboral. La cooperativa valenciana Consum está integrada por una plantilla con una media de edad de 35 años.

El 69,3% de los trabajadores son de la Comunidad Valenciana, el 23,7% de Cataluña, el 3,5% pertenece a Castilla-La Mancha, el 2,3% a la Región de Murcia, y el 1,2% a Andalucía.

La cooperativa Consum crea empleo de calidad. El 97% de las personas que trabajan en Consum son socios, fijos o socios en periodo de prueba. Los 7.420 socios trabajadores participan en la propiedad, en la gestión y en los resultados.

PERSONAL POR TIPO DE JORNADA Y GÉNERO.  
PERSONAL PER TIPUS DE JORNADA I GÈNERE.

	Hombre/Home	Mujer/Dona	Total gral.	%
Jornada Completa / Jornada Completa	1.923	5.464	7.387	83,64
Media Jornada / Mitja Jornada	132	1.313	1.445	16,36
<b>TOTAL</b>	<b>2.055</b>	<b>6.777</b>	<b>8.832</b>	<b>100,00</b>

## SOCIS TREBALLADORS

### ELS TREBALLADORS

Al tancament de l'exercici 2008, la plantilla de la Cooperativa és de 8.832 persones. D'estes, el 76,7% són dones, fet que contribuïx a la seua incorporació en el mercat laboral. La cooperativa valenciana Consum està integrada per una plantilla amb una edat mitjana de 35 anys.

El 69,3% dels treballadors són de la Comunitat Valenciana, el 23,7% de Catalunya, el 3,5% pertany a Castella-la Manxa, el 2,3% a la Regió de Múrcia i l'1,2% a Andalusia.

La cooperativa Consum crea ocupació de qualitat. El 97% de les persones que treballen en Consum són socis, fixos o socis en període de prova. Els 7.420 socis treballadors participen en la propietat, en la gestió i en els resultats.

**PERSONAL POR TIPO DE CONTRATO Y GÉNERO.**  
PERSONAL PER TIPUS DE CONTRACTE I GÈNERE.

	Socios Socios		Trabajadores Fijos Treballadors Fixos		Temporales Temporals		Socios en Prueba Socios en Període de Prova		Total Plantilla Total Plantilla
	Num.	% s/total	Num.	% s/total	Num.	% s/total	Num.	% s/total	% s/total
2006	5.378	82,17%	301	4,60%	251	3,83%	615	9,40%	6.545
2007	5.891	63,41%	1.933	20,80%	443	4,77%	1.023	11,01%	9.290
2008	7.420	84,01%	921	10,43%	262	2,97%	229	2,59%	8.832

En el ejercicio 2008, 442 trabajadores se han beneficiado de la política de promoción interna de la Cooperativa, de ellos 380 en supermercados, 55 en Plataformas y 7 en Sede Social.

En el ejercicio 2008 la plantilla de Consum se ha visto ligeramente reducida como consecuencia natural de la incorporación de 2.200 personas fruto de las adquisiciones de las redes de Dinosol, Caprabo y Sabeco en 2007. Este descenso se debe a la no consolidación de contratos eventuales y a la adaptación de los centros adquiridos a nuestros sistemas de gestión.

Por otro lado, en el último año cabe destacar un aumento del 18% en el número de altas de socios trabajadores, respecto al ejercicio anterior, situándose en 1.937 socios nuevos, gracias a la incorporación de los trabajadores de las redes adquiridas en 2007, mientras que el número de bajas se ha situado por debajo de la cifra del año anterior. Este dato refuerza la estabilidad de la plantilla de Consum.

En l'exercici 2008, 442 treballadors s'han beneficiat de la política de promoció interna de la Cooperativa, dels quals 380 han sigut en supermercats, 55 en plataformes i 7 en la seu social.

En l'exercici 2008, la plantilla de Consum s'ha vist lleugerament reduïda com a conseqüència natural de la incorporació de 2.200 persones, fruit de les adquisicions de les xarxes de Dinosol, Caprabo i Sabeco en 2007. Este descens és degut a la no consolidació de contractes eventuais i a l'adaptació dels centres adquirits als nostres sistemes de gestió.

D'altra banda, en l'últim any cal destacar un augment del 18% en el nombre d'altas de nous socis treballadors en relació amb l'exercici anterior, situant-se en 1.937 socis nous, gràcies a la incorporació dels treballadors de les xarxes adquirides en 2007; en canvi, el nombre de baixes s'ha situat per davall de la xifra de l'any anterior. Esta dada reforça l'estabilitat de la plantilla de Consum.

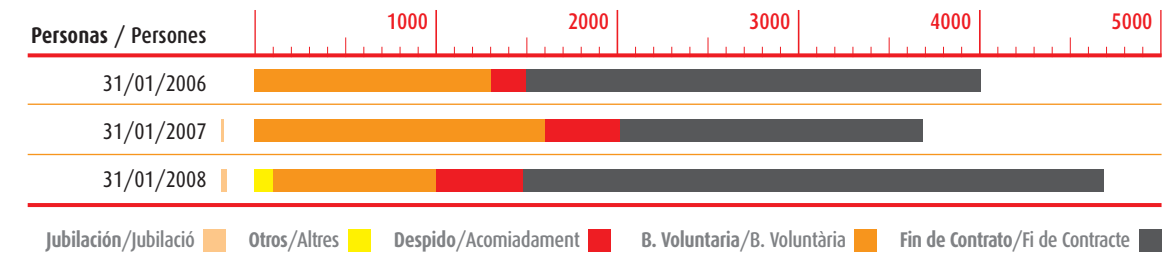
**EVOLUCIÓN DE SOCIOS TRABAJADORES.**  
EVOLUCIÓ DE SOCIS TREBALLADORS.

	Altas / Altas	Bajas / Baixes
2006	1.304	788
2007	1.635	758
2008	1.937	679

La media de permanencia en la empresa de una persona trabajadora de Consum es de 6,38 años, un año más que el ejercicio precedente. Este año ha habido 4.381 altas en Consum, la mayoría de ellas debidas a puestos de trabajo estacionales, como campañas, interinajes, etc. Por otro lado, el número de bajas ha sido de 4.716 personas, distribuidas de la siguiente manera:

La mitjana de permanència en l'empresa d'una persona treballadora de Consum és de 6,38 anys, un any més que l'exercici precedent. Enguany hi ha hagut 4.381 altes en Consum, degudes a llocs estacionals, com ara campanyes, interinatges, etc. D'altra banda, el nombre de baixes ha sigut de 4.716 persones, distribuïdes de la manera següent:

**NÚMERO DE BAJAS.**  
NOMBRE DE BAIXES.





La rotación media de la plantilla de socios en Consum, que son quienes configuran la plantilla estructural en la cooperativa, es de un 6,46 años. Un buen dato en relación a la rotación media del sector de la distribución comercial. Nuestro sistema de gestión del personal, en proceso de implantación, no nos permite disponer del desglose de la rotación por edad, género y región.

Las condiciones requeridas para que un trabajador sea admitido como socio trabajador de Consum son ser mayor de edad o disponer de la correspondiente autorización legal, haber superado el periodo de prueba que se haya pactado y aceptar las condiciones socio-laborales y demás responsabilidades que ello conlleva. El socio puede darse de baja, notificándolo por escrito al Consejo Rector, en los plazos establecidos en los estatutos.

La Asamblea General de Delegados, máximo órgano de gobierno de la cooperativa, cuenta con 150 miembros, 75 de ellos socios trabajadores y otros 75 socios consumidores. La participación de los últimos años ha ido en aumento a pesar de la gran dispersión geográfica de la Cooperativa.

La rotació mitjana de la plantilla de socis en Consum, que són els que configuren la plantilla estructural en la Cooperativa, és de 6,46 anys. Una bona dada en relació amb la rotació mitjana del sector de la distribució comercial. El nostre sistema de gestió del personal, en procés d'implantació, no ens permet disposar del desglossament de la rotació per edat, gènere i regió.

Les condicions requerides perquè un treballador siga admés com a soci treballador de Consum són que siga major d'edat o que dispose de l'autorització legal corresponent, que haja superat el període de prova que s'haja pactat i que accepte les condicions sociolaborals i la resta de responsabilitats que això comporta. El soci se'n pot donar de baixa en els terminis establits en els estatuts.

L'Assemblea General de Delegats, màxim òrgan de govern de la Cooperativa, compta amb 150 membres, 75 dels quals són socis treballadors i uns altres 75 són socis consumidors. La participació dels últims anys ha anat en augment tot i la gran dispersió geogràfica de la Cooperativa.

**PARTICIPACIÓN EN LA ASAMBLEA GENERAL.**  
PARTICIPACIÓ EN L'ASSEMBLEA GENERAL.

La totalidad de los socios consumidores, es decir, el 100%, tiene derecho a voto en dicha Asamblea, a través de la figura de los Delegados. Respecto a los trabajadores, sólo los socios tienen derecho a voto, lo que representa un 84% del total.

La renovación de miembros en los más importantes órganos de representación de la Cooperativa se realiza periódicamente por los socios de la siguiente manera:

- El Consejo Rector se renueva por completo cada 4 años.
- El Comité Social se renueva por completo cada 4 años.
- Los Delegados a la Asamblea General se renuevan por completo cada 3 años.

Y, en todos los casos, sin limitación de presentarse a la reelección en diferentes convocatorias.

En 2008 se celebraron elecciones a Delegados para la Asamblea General y sus miembros se renovaron en un 81% en cuanto a socios trabajadores se refiere y un 82,7% los socios consumidores.

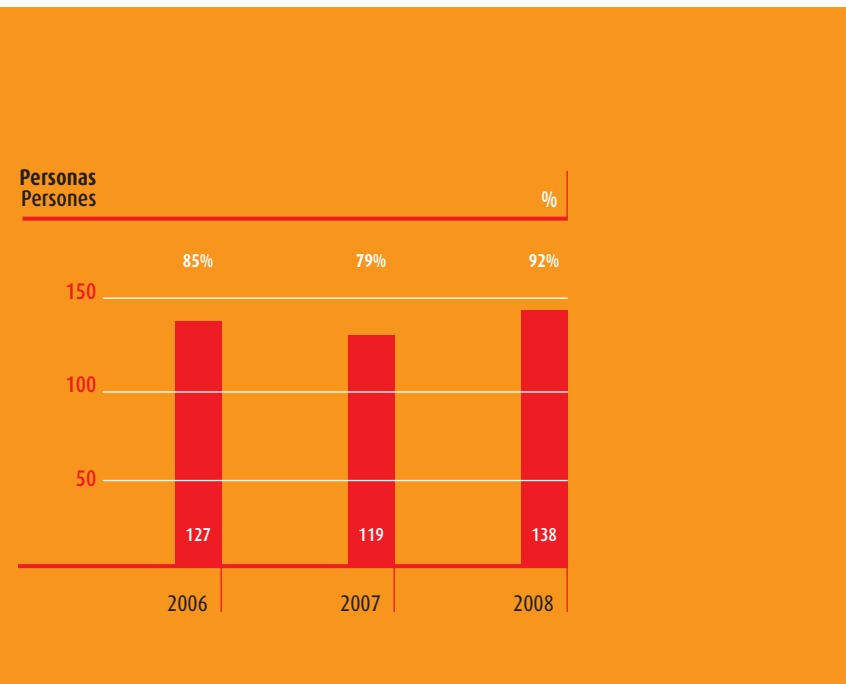
La totalitat dels socis consumidors, és a dir, el 100%, tenen dret a vot en esta Assemblea, per mitjà de la figura dels delegats. Pel que fa als treballadors, només els socis tenen dret a vot, la qual cosa representa un 84% del total.

La renovació de membres en els òrgans de representació més importants de la Cooperativa és feta periòdicament pels socis de la manera següent:

- El Consell Rector es renova per complet cada 4 anys.
- El Comitè Social es renova per complet cada 4 anys.
- Els delegats a l'Assemblea General es renoven per complet cada 3 anys.

I, en tots els casos, sense limitació de presentar-se a la reelecció en diferents convocatòries.

En 2008 es van celebrar eleccions a delegats per a l'Assemblea General i els seus membres es van renovar en un 81% quant als socis treballadors, i un 82,7% quant als socis consumidors.



LOS SOCIOS TRABAJADORES DISPONEN DE CANALES DE COMUNICACIÓN EXCLUSIVOS COMO LAS REUNIONES DE CENTRO. ELS SOCIS TREBALLADORS TAMBÉ DISPOSEN DE CANALS DE COMUNICACIÓ EXCLUSIUS COM LES REUNIONS DE CENTRE.



El Consejo Rector, la Asamblea General y el Comité Social, a los que se suman las Juntas de socios, así como la Asamblea de Comisiones Delegadas del Comité Social, son grandes foros que favorecen el intercambio de información y la toma de decisiones en la Cooperativa. A ello, se debe añadir otros grupos de trabajo estandarizados, que tienen lugar durante las reuniones quincenales del Director de Gestión de Tiendas con sus ejecutivos, que a su vez se reúnen también quincenalmente con los jefes de zona y éstos con los Jefes de Tienda, así como la reunión mensual que se produce en todos los centros de trabajo (supermercados, plataformas y departamentos), con la participación de los representantes sociales.

El Consell Rector, l'Assemblea General i el Comitè Social, als quals se sumen les juntes de socis, a més de l'Assemblea de Comissions Delegades del Comitè Social, són grans fòrums que afavoreixen l'intercanvi d'informació i la presa de decisions en la Cooperativa. A això, s'han d'afegir altres grups de treball estandaritzats, que tenen lloc durant les reunions quincenals del director de Gestió de Tendes amb els seus executius, que al seu torn es reuneixen també quincenalment amb els caps de zona i estos amb els caps de tenda, igual com la reunió mensual que té lloc en tots els centres de treball (supermercats, plataformes i departaments), amb la participació dels representants socials.

Por el modelo de organización participativa de la cooperativa, la totalidad de los 8.832 trabajadores de Consum pueden participar en los grupos o espacios generados para favorecer la toma de decisiones, ya que aunque hay determinados foros a los que sólo tienen acceso los socios, existen otros –como las reuniones de centro– en los que pueden participar todos los trabajadores.

Los socios trabajadores disponen de alrededor de 12 canales de comunicación, a través de los que fluye información actual y útil de tipo societario, económico y empresarial. Varios de estos canales son compartidos con los socios consumidores. Así, con carácter anual se entrega a los socios la Memoria escrita, durante el transcurso de las Juntas de Socios, donde también se proyecta una Memoria audiovisual. Con carácter bimestral se efectúa el envío de la revista Entrenosotros, dirigida a los socios consumidores-clientes y a la que también tienen acceso los socios trabajadores. Asimismo, a través de la web mantenemos abiertos y actualizados los canales de información con clientes y trabajadores.

Por otro lado, los socios trabajadores también disponen de canales de comunicación exclusivos como las reuniones de centro, que realiza cada responsable mensualmente a su equipo, utilizando el llamado Guión de Reuniones de Centro, con la misma estructura y los mismos contenidos para todos los centros de trabajo de la Cooperativa. Además, cada mes se reúnen los miembros del Comité Social, que trasladan la información a los representantes sociales y estos, a su vez, a todos los socios. El Plan de Mejora Continua que se desarrolla en las plataformas de distribución también tiene sus propias vías de información para que la comunicación fluya de la manera más eficaz y participativa entre los socios trabajadores de estos centros.



Pel model d'organització participativa de la Cooperativa, la totalitat dels 8.832 treballadors de Consum poden participar en els grups o en els espais generats per a afavorir la presa de decisions, ja que encara que hi ha determinats fòrums als quals només tenen accés els socis, n'hi ha d'altres –com les reunions de centre– en què poden participar tots els treballadors.

Els socis treballadors disposen d'una dotzena de canals de comunicació, a través dels quals flueix informació actual i útil de tipus societari, econòmic i empresarial. Alguns d'estos canals són compartits amb els socis consumidors. Així, amb caràcter anual s'entrega als socis la memòria escrita, durant el transcurs de les juntes de socis, on també es projecta una memòria audiovisual. Amb caràcter bimestral s'efectua l'enviament de la revista Entrenosaltres, dirigida als socis consumidors-clients i a la qual també tenen accés els socis treballadors. Així mateix, per mitjà de la web mantenim oberts i actualitzats els canals d'informació amb clients i treballadors.

D'altra banda, els socis treballadors també disposen de canals de comunicació exclusius com les reunions de centre, que organitza cada responsable mensualment per al seu equip, utilitzant l'anomenat Guió de Reunions de Centre, amb la mateixa estructura i els mateixos continguts per a tots els centres de treball de la Cooperativa. A més, cada mes es reuneixen els membres del Comitè Social, que traslladen la informació als representants socials i estos,



Otros canales de comunicación de los socios trabajadores son: la revista de los socios trabajadores "BIS" (Boletín Interno Social), que se envía mensualmente de forma personalizada a cada socio; la Intranet, el correo electrónico y el tablón de anuncios interno. Por último, también se efectúan comunicaciones personales al domicilio de los socios, como la Libreta de capital social, una vez al año, a través de la cual se informa a los socios trabajadores del reparto de retornos de la Cooperativa y del estado de su capital social.

La descripción del proceso preparatorio del máximo órgano de representación social, la Asamblea General, se detalla minuciosamente en el capítulo III de los Estatutos Sociales, relativo a los órganos sociales, la composición de la Asamblea General, las Juntas Preparatorias y el Consejo Rector de la cooperativa. Los requisitos y limitaciones existentes en la soberanía de gestión de los máximos órganos de decisión de la Cooperativa, se especifican en los artículos 27, 32, 36, 37 y 39 de los Estatutos Sociales, donde se determinan las competencias, adopción de acuerdos y responsabilidades de sus miembros.

#### CONCILIACIÓN DE LA VIDA PERSONAL Y PROFESIONAL

En 2008 se ha continuado desarrollando el Plan de Conciliación de Consum bajo el paraguas de la marca "Consum Concilia". En 2008 se han alcanzado dos objetivos estratégicos como son la elaboración de un Plan de Comunicación paralelo al Plan de Conciliación, en el que se informa a todas las personas de aspectos como la existencia de un Comité de Igualdad y Conciliación, el contenido de los compromisos suscritos en esta materia por la Dirección de la Cooperativa o las medidas de conciliación de las que disfrutan todos los socios y socias de Consum.

al seu torn, a tots els socis. El Pla de Millora Contínua que es desenvolupa en les plataformes de distribució també té les pròpies vies d'informació perquè la comunicació fluisca de la manera més eficaç i participativa entre els socis treballadors d'estos centres.

Altres canals de comunicació dels socis treballadors són la revista dels socis treballadors BIS (Butlletí Intern Social), que s'envia mensualment de forma personalitzada a cada soci; la Intranet; el correu electrònic; i el tauler d'anuncis intern. Finalment, també s'efectuen comunicacions personals al domicili dels socis, com la llibreta de capital social, una vegada a l'any, a través de la qual s'informa els socis treballadors del repartiment de retornos de la Cooperativa i de l'estat del seu capital social.

La descripció del procés preparatori del màxim òrgan de representació social, l'Assemblea General, es detalla minuciosament en el capítol III dels Estatuts Socials, relatiu als òrgans socials, la composició de l'Assemblea General, les juntes preparatòries i el Consell Rector de la Cooperativa. Els requisits i les limitacions existents en la sobirania de gestió dels màxims òrgans de decisió de la Cooperativa s'especifiquen en els articles 27, 32, 36, 37 i 39 dels Estatuts Socials, on es determinen les competències, l'adopció d'acords i les responsabilitats dels seus membres.

#### CONCILIACIÓ DE LA VIDA PERSONAL I PROFESSIONAL

En 2008 s'ha continuat desenvolupant el Pla de Conciliació de Consum davall el paraigua de la marca "Consum Concilia". En 2008 s'han aconseguit dos objectius estratègics, com són l'elaboració d'un Pla de Comunicació paral·lel al Pla de Conciliació, on s'informa totes les persones d'aspectes com l'existència d'un Comitè d'Igualtat i Conciliació, el contingut dels compromisos subscrits en esta matèria per la direcció de la Cooperativa o les mesures de conciliació de què disfruten tots els socis i sòcies de Consum.



También se ha puesto en marcha de una nueva medida de conciliación, consistente en una paga para padres o madres con hijos o hijas con discapacidad, medida que en la actualidad disfrutan más de 50 personas, lo que supone una inversión por parte de Consum de cerca de 100.000 euros al año.

En 2008 se ha impartido formación sobre conciliación e igualdad a la Alta Dirección de Consum.

Por otro lado, Consum reestructuró su anterior Comité de Conciliación para convertirlo en Comité de Igualdad y Conciliación, en base a los requisitos de la Ley de Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres. Este Comité está formado por 10 personas de la organización, una de ellas coordinadora de ambos modelos y otra representante ante la Alta Dirección de la Cooperativa. En estos momentos, están acabando de elaborar el Plan de Igualdad de Consum, con la puesta en marcha ya de algunas medidas y previendo su arranque definitivo para 2009.

També s'ha posat en marxa una nova mesura de conciliació, consistent en una paga per a pares o mares amb fills o filles amb discapacitat, mesura que en l'actualitat disfruten més de 50 persones, fet que representa una inversió per part de Consum de prop de 100.000 euros a l'any.

En 2008 s'ha impartit formació sobre conciliació i igualtat a l'alta direcció de Consum.

D'altra banda, Consum va reestructurar el seu anterior Comitè de Conciliació per convertir-lo en Comitè d'Igualtat i Conciliació, sobre la base dels requisits de la Llei d'Igualtat d'Oportunitats entre Homes i Dones. Este Comitè està format per 10 persones de l'organització, una de les quals és la coordinadora dels dos models i una altra és la representant davant l'alta direcció de la Cooperativa. A hores d'ara, estan enllestit el Pla d'Igualtat de Consum, amb la posada en marxa ja d'algunes mesures i preveient-ne l'arrancada definitiva per a 2009.



Las funciones de este Comité son velar por preservar el equilibrio empresa-persona-familia y por que tanto las mujeres como los hombres gocen de igualdad de oportunidades en cuanto al empleo, formación, salario promoción y el desarrollo de su trabajo. Este Comité es, además, el encargado de elaborar los Planes de Igualdad y Conciliación, en base a las necesidades detectadas, realizando su seguimiento y evaluación.

Entre las actuaciones más destacadas llevadas a cabo este año destaca la edición del catálogo "50 Medidas de Conciliación" dirigido a toda la plantilla de Consum, con el fin de que todas las personas que forman parte de la organización sepan con qué medidas de conciliación cuentan, quién las puede solicitar y cómo funcionan. El catálogo se presentó a todos los representantes sociales para su traslado al resto de sus compañeros y compañeras, y actualmente se puede consultar también a través de la intranet y de la página web de Consum [www.consum.es](http://www.consum.es)

DESTACA LA EDICIÓN DEL CATÁLOGO "50 MEDIDAS DE CONCILIACIÓN" DIRIGIDO A TODA LA PLANTILLA DE CONSUM. DESTACA L'EDICIÓ DEL CATÀLEG "50 MESURES DE CONCILIACIÓ" DIRIGIT A TOTA LA PLANTILLA DE CONSUM.

Les funcions d'este Comité són vetlar per preservar l'equilibri empresa-persona-família i perquè tant les dones com els homes gaudisquen d'igualtat d'oportunitats quant a ocupació, formació, salari, promoció i desenvolupament del seu treball. Este Comité és, a més, l'encarregat d'elaborar els plans d'igualtat i de conciliació, en base a les necessitats detectades, i en fan el seguiment i l'avaluació.

Entre les actuacions més destacades que s'han portat a terme enguany destaca l'edició del catàleg "50 mesures de conciliació" dirigit a tota la plantilla de Consum, a fi que totes les persones que formen part de l'organització sàpien amb quines mesures de conciliació compten, qui les pot sol·licitar i com funcionen. El catàleg es va presentar a tots els representants socials perquè el traslladaren a la resta dels seus companys i companyes, i actualment es pot consultar també en la Intranet i en la pàgina web de Consum [www.consum.es](http://www.consum.es)



PORCENTAJE DE PERSONAS QUE DISFRUTAN DE CADA MEDIDA DE CONCILIACIÓN TRABAJO-FAMILIA-OCIO. PERCENTATGE DE PERSONES QUE GAUDIXEN DE CADA MESURA DE CONCILIACIÓ TREBALL-FAMÍLIA-OCI.

Medidas de conciliación/ Medides de conciliació	2006	2007	2008
Jornada continua Jornada continua	100% plataform. 61% superm.	100% plataform. 77% superm.	100% en plataform. 86% en superm.
Jornada media inferior 40 horas semanales Jornada mitjana inferior a 40 hores setmanals	100%	100%	100%
5 semanas vacaciones 5 setmanes de vacances	100%	100%	100%
Proximidad centro de trabajo-domicilio Proximitat centre de treball-domicili	En elaboración el sistema para medirlo En elaboració el sistema per a mesurar-ho	En elaboración el sistema para medirlo En elaboració el sistema per a mesurar-ho	0,80%
Protocolo embarazo Protocol embaràs	4,70%	4,50%	4,9%
Licencia riesgo embarazo Llicència risc embaràs	2,70%	3%	3,1%
Préstamos sociales Préstecs socials	1,90%	1,3%	1,5%
Descuentos comerciales Descomptes comercials	100%	100%	100%
Médico de empresa Metge d'empresa	30%	30%	30%
Vale-canastilla Xec-Bolcada	No existía/No existia	2,13%*	3,6%
Acumulación del Permiso de Lactancia Acumulació del Permis de Lactància	No existía/No existia	0,33%**	4,9%
Paga por hijos/as con discapacidad Paga per fills o filles amb discapacitat	No existía/No existia	No existía/No existia	0,6%

\* Desde marzo, cuando entró en vigor esta medida  
Des del març, quan va entrar en vigor esta mesura

\*\* Datos correspondientes a sólo un mes porque la medida entró en vigor el 01-01-08  
Dades corresponents a només un mes perquè la mesura va entrar en vigor l'01-01-08





Cal ressaltar també que, en 2008, Consum s'ha sotmès amb èxit a la primera auditoria de seguiment del certificat d'Empresa Familiarment Responsable, del qual disposa des de 2007. En este sentit, Consum és la primera i única empresa del sector de la distribució comercial a Espanya que rep este certificat, que concedeix la Fundació +Familia amb el suport del Ministeri de Treball. Este certificat reconeix l'esforç de la cooperativa Consum en la implantació de polítiques i accions de conciliació de la vida familiar i laboral, i la seua implantació en l'actualitat en 18 centres de treball.

**IGUALTAT D'OPORTUNITATS**

Per afavorir la integració social, Consum potencia la implantació de sistemes oberts de contractació dirigits a persones amb dificultats, ajudant els joves a trobar el seu primer lloc i de treball i establint els mateixos criteris salarials per a homes i dones. En este sentit, cal destacar que Consum no té demandes per discriminació laboral al llarg de la seua història cooperativa.

Consum es troba en fase d'elaboració del seu Pla d'Igualtat. En 2008 s'ha constituït el Comitè d'Igualtat i Conciliació, que s'encarrega d'elaborar els plans d'igualtat i conciliació i vetlla per preservar l'equilibri empresa-persona-família, així com que tant les dones com els homes gaudisquen d'igualtat d'oportunitats quant al treball, la formació, el salari, la promoció i el desenvolupament del seu treball. La diferència salarial entre homes i dones és del 0,53 en valor absolut. Les diferències salarials per gènere més localitzades en la nostra organització corresponen als llocs de més responsabilitat i estan donades per una incorporació menor i més tardana de les dones, que s'hi equiparan progressivament.

Fruit de la labor en matèria d'igualtat, la Direcció General de Consum ha subscrit un compromís a favor de la igualtat d'oportunitats entre homes i dones el contingut del qual

Hay que resaltar también que, en 2008, Consum se ha sometido con éxito a la primera auditoría de seguimiento del Certificado de Empresa Familiarmente Responsable, que posee desde 2007. En este sentido, Consum es la primera y única empresa del sector de la distribución comercial en España que recibe este certificado que concede la Fundación +Familia, con el apoyo del Ministerio de Trabajo. Este certificado reconoce el esfuerzo de la cooperativa Consum en la implantación de políticas y acciones de conciliación de la vida familiar y laboral, y su implantación en la actualidad en 18 centros de trabajo.

**IGUALDAD DE OPORTUNIDADES**

Para favorecer la integración social, Consum potencia la implantación de sistemas abiertos de contratación dirigidos a personas con dificultades, ayudando a los jóvenes a encontrar su primer empleo y estableciendo los mismos criterios salariales para hombres y mujeres. Cabe destacar en este sentido que Consum no tiene demandas por discriminación laboral a lo largo de su historia cooperativa.

Consum se encuentra en fase de elaboración de su Plan de Igualdad. En 2008, se ha constituido el Comité de Igualdad y Conciliación, que se encarga de elaborar los planes de igualdad y conciliación, velando por preservar el equilibrio empresa-persona-familia, así como que tanto las mujeres como los hombres gocen de igualdad

de oportunidades en cuanto al empleo, formación, salario promoción y el desarrollo de su trabajo. La diferencia salarial entre hombres y mujeres es del 0,53 en valor absoluto. Las diferencias salariales por género más localizadas en nuestra organización corresponden a los puestos de mayor responsabilidad y vienen dadas por una incorporación menor y más tardía de las mujeres, que irán equiparándose progresivamente.

Fruto de la labor en materia de Igualdad, la Dirección General de Consum ha suscrito un compromiso a favor de la Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres cuyo contenido se ha hecho público a toda la plantilla, y que viene a completar el que, es su día, se firmó en relación a la conciliación de la vida personal y profesional.

CONSUM POTENCIA LA IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS ABIERTOS DE CONTRATACIÓN DIRIGIDOS A PERSONAS CON DIFICULTADES. CONSUM POTENCIA LA IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS ABIERTOS DE CONTRATACIÓN DIRIGIDOS A PERSONAS CON DIFICULTADES.

s'ha fet públic a tota la plantilla, i que completarà el que es va firmar, en el seu dia, en relació amb la conciliació de la vida personal i professional.

Una vegada subscrit este compromís, el Comitè mencionat continua treballant en la fase de disseny del Pla d'Igualtat, que es concretarà en una sèrie de mesures per a afavorir la igualtat d'oportunitats en Consum.



Una vez suscrito este compromiso, el citado Comité continúa trabajando en la fase de diseño del Plan de Igualdad, que se concretará en una serie de medidas para favorecer la igualdad de oportunidades en Consum.

Podemos decir que estas acciones ya van dando resultados. En la Dirección de las Tiendas, cerca del 50% de los cargos ya están ocupados por Directoras y Jefas de Tienda. Y en las plataformas, centros de trabajo en los que tradicionalmente la plantilla era mayoritariamente masculina, cerca del 40% son ahora trabajadoras y estamos empezando a tener a las primeras mujeres en puestos de responsabilidad como Jefas de Central.

En el Consejo Rector, máximo órgano de representación, cuya composición paritaria entre socios trabajadores y socios consumidores-clientes, se renovó en 2006, la representación de las mujeres alcanza actualmente el 60%, fruto de la política de igualdad promovida por la Cooperativa.

Finalmente, el Comité Social, órgano de representación exclusivo de las socias y socios trabajadores, está compuesto por 16 miembros, seis de los cuales son mujeres, entre ellas la presidenta, vicepresidenta y la secretaria.

Podem dir que estes accions ja van donant resultats. En la direcció de les tendes, prop del 50% dels càrrecs ja estan ocupats per directores i caps de tenda que són dones. I en les plataformes, centres de treball en què tradicionalment la plantilla era majoritàriament masculina, prop del 40% són ara treballadores i comencem a tindre les primeres dones en llocs de responsabilitat com a caps de central.

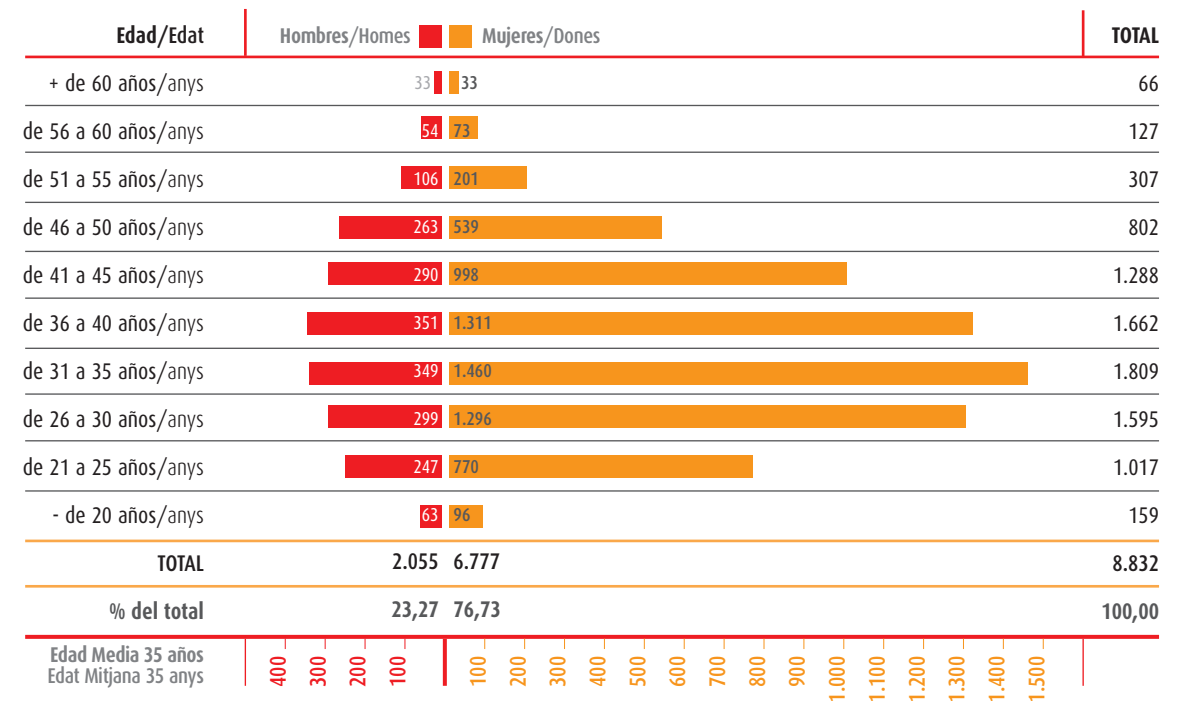
En el Consell Rector, màxim òrgan de representació, i amb una composició paritària entre socis treballadors i socis consumidors-clientes que es va renovar en 2006, la representació de les dones és actualment del 60%, fruit de la política d'igualtat promoguda per la Cooperativa.

Finalment, el Comitè Social, òrgan de representació exclusiu dels socis i sòcies treballadors, està compost per 16 membres, sis dels quals són dones, com ara la presidenta, la vicepresidenta i la secretària.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR REGIÓN Y GÉNERO.  
DISTRIBUCIÓ DE LA PLANTILLA PER REGIÓ I GÈNERE.

Provincia	Total		Total Trabajadores / Total Treballadors	
	Mujeres/Dones	Hombres/Homes	Num.	% Total
C. Valenciana / C. Valenciana	4.864	1.300	6.164	69,79%
Cataluña / Catalunya	1.407	650	2.057	23,29%
Murcia / Múrcia	243	55	298	3,37%
Castilla-La Mancha / Castella-la Manxa	177	23	200	2,27%
Andalucía / Andalusia	86	27	113	1,28%
<b>Total</b>	<b>6.777</b>	<b>2.055</b>	<b>8.832</b>	<b>100,00 %</b>

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR EDAD Y GÉNERO.  
DISTRIBUCIÓ DE LA PLANTILLA PER EDAT I GÈNERE.



EN EL CONSEJO RECTOR, MÁXIMO ÓRGANO DE REPRESENTACIÓN, LA PRESENCIA DE LAS MUJERES ALCANZA ACTUALMENTE EL 60%, FRUTO DE LA POLÍTICA DE IGUALDAD PROMOVIDA POR LA COOPERATIVA. EN EL CONSELL RECTOR, MÀXIM ÒRGAN DE REPRESENTACIÓ, LA PRESENCIA DE LES DONES ÉS ACTUALMENT DEL 60%, FRUIT DE LA POLÍTICA D'IGUALTAT PROMOGUDA PER LA COOPERATIVA.



**CATEGORÍAS PROFESIONALES POR GÉNERO.**  
CATEGORIES PROFESSIONALS PER GÈNERE.

Agrupación / Agrupació	Mujer/Dona	Hombre/Home	Total Gral.
Directivo / Directiu		10,00	10,00
Mando Ejecutivo / Càrrec executiu	7,00	31,00	38,00
Jefe de Area / Cap d'àrea	17,00	59,00	76,00
Jefe de Unidad / Cap d'unitat	233,00	281,00	514,00
Personal Técnico / Personal Tècnic	112,00	140,00	252,00
Gestor Operativo / Gestor operatiu	958,00	287,00	1.245,00
Personal Operativo / Personal Operatiu	5.450,00	1.247,00	6.697,00
<b>Total general</b>	<b>6.777,00</b>	<b>2.055,00</b>	<b>8.832,00</b>

**COLECTIVOS CON DIFICULTADES DE INSERCIÓN LABORAL SOBRE LAS CONTRATACIONES DE LOS ÚLTIMOS TRES AÑOS.**  
COL·LECTIUS DESFAVORITS SOBRE CONTRACTACIONS ÚLTIMS TRES ANYS.

	2006	2007	2008
Porcentaje de mujeres / Percentatge de dones	45,75%	51,19%	79,44%
Porcentaje de mayores de 45 años / Percentatge de majors de 45 anys	1,22%	1,26%	4,87%
Porcentaje de personas discapacitadas / Percentatge de persones discapacitades	0,26%	0,96%	0,67%
Porcentaje de personas contratadas a través de programas de integración social / Percentatge de persones contractades a través de programes d'integració social	0,13%	0,15%	0%



**CONDICIONES SOCIOLABORALES**

En Consum queremos ir alcanzando mayores cuotas, en cuanto a mejoras salariales y condiciones sociolaborales, con la finalidad de situarnos en el nivel más alto posible en nuestro sector.

En 2008 se ha procedido a revisar una parte del sistema organizativo y retributivo, como consecuencia de los cambios organizativos llevados a cabo a principios del ejercicio, que afectaron fundamentalmente a la dirección de Logística y Plataformas, Socio-Cliente y la nueva dirección Corporativa. La revisión llevada a cabo se ha concretado en la descripción de 14 nuevos puestos de trabajo, la revisión de 13 puestos existentes, la actualización de los organigramas de los departamentos y la adaptación de las conductas de las rejillas de evaluación en los puestos con múltiples especialidades. A su vez, estas revisiones han tenido implicaciones en el sistema informático de Personal.

Desde 2006 Consum está elaborando un nuevo modelo retributivo, más homogéneo y racional. El nuevo sistema de retribución fija ya se ha concluido y actualmente se está definiendo el sistema de retribución variable que se suma al anterior. Esto nos está condicionando el determinar exactamente la diferencia salarial en la organización. Uno de los aspectos más destacados de este nuevo modelo ha consistido en situar el nivel mínimo de retribución de los socios en el índice 1,25, es decir 1.146,44 euros brutos al mes, lo que supone un 20% más que hace tres años.

EN CONSUM QUEREMOS IR ALCANZANDO MAYORES CUOTAS, EN CUANTO A MEJORAS SALARIALES Y CONDICIONES SOCIOLABORALES.

EN CONSUM VOLEM ANAR ACONSEGUINT QUOTES MÉS ALTES, QUANT A LES MILLORES SALARIAIS I LES CONDICIONS SOCIOLABORALES.

**CONDICIONS SOCIOLABORALES**

En Consum volem anar aconseguint més quotes, quant a millores salarials i condicions sociolaborals, amb la finalitat de situar-nos en el nivell més alt possible en el nostre sector.



En 2008 s'ha procedit a revisar una part del sistema organitzatiu i retributiu, com a conseqüència dels canvis organitzatius efectuats a començament de l'exercici, que van afectar fonamentalment la direcció de Logística i les plataformes, Soci-Client i la nova direcció corporativa. La revisió s'ha concretat en la descripció de 14 nous llocs de treball, la revisió de 13 llocs existents, l'actualització dels organigrames dels departaments i l'adaptació de les conductes de les taules en els llocs amb diverses especialitats. Al seu torn, estes revisions han tingut implicacions en el sistema informàtic de Personal.

Des de 2006 Consum elabora un nou model retributiu, més homogeni i racional. El nou sistema de retribució fixa ja ha conclòs i actualment es defineix el sistema de retribució variable, que se suma a l'anterior. Això ens està condicionant la determinació exacta de la diferència salarial en l'organització. Un dels aspectes més destacats d'este nou model ha consistit a situar el nivell mínim de retribució dels socis en l'índex 1,25; és a dir, 1.146,44 euros bruts al mes, xifra que representa un 20% més que fa tres anys.

**con**cambio  
**TU PORTAL**  
*para tu desarrollo profesional*

En 2008 se ha completado la implantación de un sistema para la gestión de recursos humanos con la puesta en marcha de los módulos de Evaluación, Selección y Formación.

En el primer semestre del ejercicio se implantó en fase de prueba la primera edición de la Evaluación de Desempeño Profesional. Este proceso concluyó a finales del mes de junio. En total se han realizado un total de 5.407 evaluaciones en las que han participado 591 mandos en el proceso de evaluación y el número de evaluaciones supervisadas ha sido de 314. Cabe destacar que el 77% de las personas evaluadas obtuvo una calificación comprendida entre 70 y 90 puntos sobre 100, que equivale en la escala a 'Trabajo Sólido'. La competencia genérica mejor valorada en la Cooperativa es 'Responsabilidad y Rigor Profesional (78,52 puntos)

En el segundo semestre del año se ha implantado el módulo de Selección. Este proceso ha permitido informatizar los procesos de selección que lleva a cabo la cadena de mando habitualmente, creando una Base de Datos común para toda la Cooperativa de solicitantes. El módulo de selección para los mandos, además de crear vacantes y buscar solicitantes, permite enlazar con el proceso de Contratación, una vez que el mando ha seleccionado a la persona que desea contratar. De esa forma los datos viajan al área de Contratación de forma electrónica.

La puesta en marcha del módulo de Formación, además de mecanizar toda la información que se genera desde el Área de Formación de la cooperativa, permite a los mandos gestionar la formación de sus colaboradores.

En 2008 s'ha completat la implantació d'un sistema per a la gestió de recursos humans amb la posada en marxa dels mòduls , selecció i formació.

En el primer semestre de l'exercici, es va implantar en fase de prova la primera edició de l'Avaluació de l'Acompliment Professional. Este procés va acabar al final del mes de juny. En total s'han efectuat un total de 5.407 avaluacions, procés en què han participat 591 quadres i el nombre d'avaluacions supervisades ha sigut de 314. Cal destacar que el 77% de les persones avaluades va obtenir una qualificació compresa entre 70 i 90 punts sobre 100, que equival en l'escala a "Treball sòlid". La competència genèrica més ben valorada en la Cooperativa és "Responsabilitat i rigor professional (78,52 punts)

En el segon semestre de l'any s'ha implantat el mòdul de Selecció. Este procés ha permès informatitzar els processos de selecció que porta a terme la cadena de comandament habitualment, creant una base de dades de sol·licitants comuna per a tota la Cooperativa. El mòdul de selecció per als quadres, a més de crear vacants i buscar sol·licitants, permet enllaçar amb el procés de contractació, una vegada que el quadre ha seleccionat la persona que desitja contractar. D'eixa forma, les dades viatgen a l'àrea de Contractació de forma electrònica.

La posada en marxa del mòdul de Formació, a més de mecanitzar tota la informació que es genera des de l'àrea de Formació de la Cooperativa, permet als quadres gestionar la formació dels seus col·laboradors.

Las implicaciones en el nuevo Sistema Informático de Personal, derivadas de la revisión organizativa y retributiva llevada a cabo en 2008, han sido las siguientes:

- Creación de los nuevos puestos, nuevos perfiles, nuevos planes salariales y sus grados.
- Modificaciones de las descripciones de puestos, perfiles y grados salariales.
- Actualización de los datos salariales de todos los grados en los puestos afectados (14 nuevos puestos y 13 puestos existentes revisados).
- Creación de nuevos departamentos, modificaciones en las denominaciones de los departamentos existentes, actualización de las dependencias en el árbol de departamentos y actualización de los gerentes de departamento para las modificaciones jerárquicas realizadas.
- Modificación del texto de las subcompetencias, para incluir las nuevas descripciones de las conductas en las rejillas de evaluación.

Les implicacions en el nou Sistema Informàtic de Personal, derivades de la revisió organitzativa i retributiva efectuada en 2008, han sigut les següents:

- Creació dels nous llocs, els nous perfils, els nous plans salarials i els graus corresponents.
- Modificacions de les descripcions de llocs, perfils i graus salarials.
- Actualització de les dades salarials de tots els graus en els llocs afectats (14 nous llocs i 13 llocs existents revisats).
- Creació de nous departaments, modificacions en les denominacions dels departaments existents, actualització de la dependència en l'arbre de departaments i actualització dels gerents de departament per a les modificacions jeràrquiques realitzades.
- Modificació del text de les subcompetències, a fi d'incloure les noves descripcions de les conductes en les taules.

EL MÓDULO DE FORMACIÓN PERMITE A LOS MANDOS GESTIONAR LA FORMACIÓN DE SUS COLABORADORES. EL MÒDUL DE FORMACIÓ, PERMET ALS QUADRES GESTIONAR LA FORMACIÓ DELS SEUS COL·LABORADORS.





Durante 2008 se ha trabajado también en la definición y parametrización del módulo de Nóminas y Contratación, aunque su puesta en marcha está prevista en el primer semestre de 2009.

A las mejoras que ofrece este sistema se suma el reparto de beneficios anuales de la Cooperativa entre los socios trabajadores. En 2008, los socios y socias se han repartido 9.217.676 euros, el 75% de los resultados cooperativos de Consum en 2007, lo que supone que cada socio ha recibido de media 1.473 euros.

Los gastos salariales totales de la cooperativa durante el ejercicio económico del 2008, ascienden a 191,9 millones de euros, e incluye salarios, pensiones, y otras prestaciones e indemnizaciones.

Consum, en coherencia con los valores de la cooperativa para favorecer las condiciones de igualdad y participación de todos los socios, tiene como criterio aplicar la misma base salarial a todos sus trabajadores, con independencia del salario mínimo establecido en los convenios colectivos de cada zona en la que actúa, con lo que el salario base del socio trabajador de la cooperativa es siempre superior al salario mínimo local.

Durant 2008 s'ha treballat també en la definició i la parametrització del mòdul de Nòmines i Contractació, encara que la seua posada en marxa està prevista en el primer semestre de 2009.

A les millores que ofereix este sistema se suma el repartiment de beneficis anuals de la Cooperativa entre els socis treballadors. En 2008, els socis i sòcies s'han repartit 9.217.676 euros, el 75% dels resultats cooperatius de Consum en 2007; això significa que cada soci ha rebut, de mitjana, 1.473 euros.

Les despeses salarials totals de la Cooperativa durant l'exercici econòmic de 2008 ascendeixen a 191,9 milions d'euros i inclouen salaris, pensions i altres prestacions i indemnitzacions.

Consum, en coherència amb els valors de la Cooperativa per a afavorir les condicions d'igualtat i participació de tots els socis, té com a criteri aplicar la mateixa base salarial a tots els seus treballadors, amb independència del salari mínim establert en els convenis col·lectius de cada zona on actua, de manera que el salari base del soci treballador de la Cooperativa és sempre superior al salari mínim local.

**FORMACIÓN Y MEJORA CONTINUA**

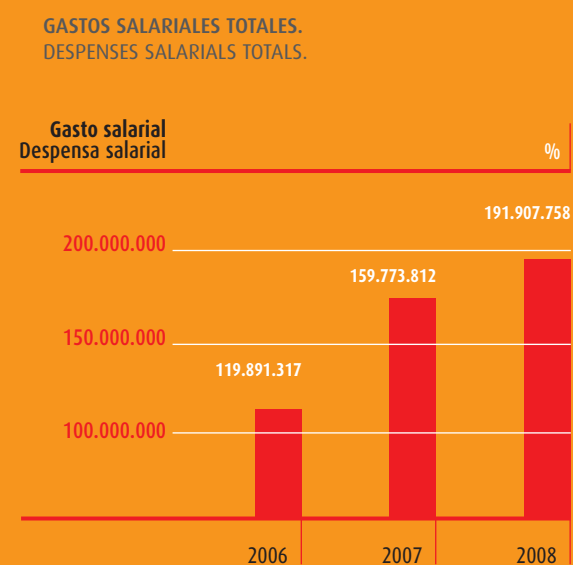
La inversión en formación es parte de la cultura de nuestra Cooperativa, que dedica anualmente importantes recursos al desarrollo profesional, factor clave para la adquisición de nuevas competencias y habilidades, para la promoción interna de los trabajadores, así como para la inserción laboral de los colectivos con un mayor índice de desocupación: jóvenes y mujeres.

En el año 2008, hemos invertido en formación un 1,2% con relación a la masa salarial de la empresa, y esto se traduce en más de 109.009 horas de formación reglada, con un total de 6.508 participantes en las 912 acciones formativas desarrolladas. De este número de horas, el 52% se corresponde con acciones de formación presencial en Aula, el 20% a monitorias, y el resto corresponden a los programas de formación a distancia tutorizada. La media de horas de formación por participante fue de aproximadamente 14 horas. La proporción de mujeres que han participado en los programas de formación es del 65%. Cada persona ha participado en una media de 2,3 acciones de formación.

**FORMACIÓ I MILLORA CONTÍNUA**

La inversió en formació és part de la cultura de la nostra cooperativa, que dedica anualment recursos importants al desenvolupament professional, factor clau per a l'adquisició de noves competències i habilitats, per a la promoció interna dels treballadors i per a la inserció laboral dels col·lectius amb un índex més alt de desocupació: joves i dones.

En 2008, hem invertit en formació un 1,2% en relació amb la massa salarial de l'empresa, i açò es tradueix en més de 109.009 hores de formació reglada, amb un total de 6.508 participants en les 912 accions formatives desenvolupades. D'este nombre d'hores, el 52% es correspon amb accions de formació presencial en Aula, el 20% a monitories i la resta corresponen als programes de formació a distància tutoritzada. La mitjana d'hores de formació per participant va ser de 14 hores, aproximadament. La proporció de dones que han participat en els programes de formació és del 65%. Cada persona ha participat en una mitjana de 2,3 accions de formació.



Cabe destacar que la práctica totalidad de las ayudas financieras recibidas de los gobiernos autonómicos o locales revierten en la formación profesional y societaria de los trabajadores. En 2008 hemos recibido en concepto de subvenciones 483.538 euros, una cantidad superior a ejercicios anteriores debido a la ampliación de la plantilla y que, en consonancia con nuestra cultura corporativa, hace posible el compromiso de Consum por la mejora y capacitación profesional de todos sus trabajadores.

Dentro de los programas formativos desarrollados en este ejercicio, destacan los destinados a la Prevención de Riesgos con una dedicación de 24.393 horas, y 3.871 participantes, también reseñar la formación en Seguridad Alimentaria con 14.162 horas y 3.608 participantes y finalmente destacar la formación en Habilidades a la que se han dedicado cerca de 15.000 horas y han participado alrededor de 900 personas.

Cal destacar que la pràctica totalitat de les ajudes financeres rebudes dels governs autonòmics o locals revertixen en la formació professional i societària dels treballadors. En 2008 hem rebut, en concepte de subvencions, 483.538 euros, una quantitat superior a exercicis anteriors a causa de l'ampliació de la plantilla i que, d'acord amb la nostra cultura corporativa, fa possible el compromís de Consum per la millora i la capacitat professional de tots els seus treballadors.

Dins els programes formatius desenvolupats en este exercici, destaquen els destinats a la prevenció de riscos laborals, amb una dedicació de 24.393 hores i 3.871 participants; la formació en Seguretat Alimentària, amb 14.162 hores i 3.608 participants; i la formació en Habilitats, a la qual s'han dedicat prop de 15.000 hores i hi han participat al voltant de 900 persones.

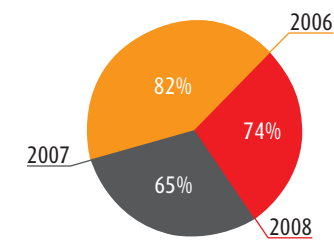
HORAS DE FORMACIÓN POR PERSONA.  
HORES DE FORMACIÓ PER PERSONA.

	2006	2007	2008
Responsables / Responsables	19	21	37
Técnicos / Tècnics	24	29	15
Personal cualificado / Personal qualificat	20	16	12
Personal operativo / Personal operatiu	6	9	9
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>18</b>	<b>15</b>

HORAS DE FORMACIÓN POR PERSONA.  
HORES DE FORMACIÓ PER PERSONA.

	19	18	15
--	----	----	----

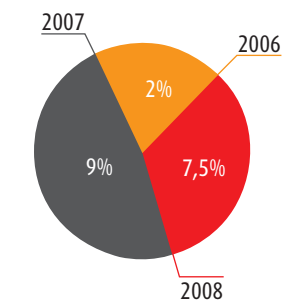
FORMACIÓN DE LA PLANTILLA.  
FORMACIÓ DE LA PLANTILLA.



Al concluir cada sesión de formación interna presencial, los alumnos valoran el grado de satisfacción utilizando como soporte el modelo "Evaluación de la acción formativa por el asistente" y en 2008 el formador también puede evaluar a los asistentes. Por otra parte, tras la finalización de una acción formativa, el departamento de formación envía para su cumplimentación, el cuestionario "Seguimiento de la acción formativa en el puesto de trabajo". Los datos son tenidos en cuenta para la elaboración del Plan de Formación del año siguiente.

Por su importancia y trascendencia conviene destacar el programa conocido como Plan de Cambio de la Cadena de Mando de Tiendas. Este programa está enfoca-

FORMACIÓN EN ECONOMÍA SOCIAL.  
FORMACIÓ EN ECONOMIA SOCIAL.



Al final de cada sesión de formación interna presencial, los alumnos valoran el grado de satisfacción utilizando como a soporte el modelo "Avaluació de l'acció formativa per l'assistent", i en 2008 el formador també pot avaluar els assistents. D'altra banda, després de la finalització d'una acció formativa, el departament de Formació envia el qüestionari "Seguiment de l'acció formativa en el lloc de treball" a fi que siga emplenat. Les dades es tenen en compte per a l'elaboració del Pla de Formació de l'any següent.

Per la seua importància i transcendència, convé destacar el programa conegut com a Pla de Canvi de la Cadena de Comandament de Tendes. Este programa està enfocat







do preferentemente al desarrollo de las competencias profesionales de los mandos de la cadena de Tiendas (Ejecutivos/as, Jefes/as de Zona, Jefes/as de Personal, Directores/as y Jefes/as de Tienda). Combina acciones de desarrollo personal y profesional y acciones de desarrollo organizativo. Entre las primeras destacan los cursos de formación, los 'coaching' y las conferencias de expertos.

Dentro del Programa de Desarrollo de Competencias destinado a la cadena de mando de la Cooperativa, en el ámbito de Gestión de Tiendas durante el ejercicio 2008 se han realizado 3 cursos de formación dirigidos principalmente a los Directores/as y Jefes/as de Tienda, con un total de 11.144 horas de formación impartidas.

Las acciones de 'coaching' o de acompañamiento han tenido como destinatarios a los/las Ejecutivos de Gestión de Tiendas, Jefes de Zona y Jefes de Personal.

En el mes de mayo, dentro del 'Ciclo de Conferencias de Expertos', contamos con la participación de con Álex Rovira Celma, director de programas de Executive Education de Esade y autor de varios libros de Management.

En 2008, el programa de desarrollo competencial se ha extendido también a la cadena de mando del departamento de Logística y de Plataformas. Cerca de 100 personas se han incorporado a este programa formativo y de entrenamiento que comenzó con la realización en el segundo semestre de una jornada de evaluación competencial o de 'Assessment Center' y el primer 'Barómetro del Mando', herramienta que permite evaluar las conductas profesionales de los mandos por parte de sus colaboradores, siguiendo el modelo de Competencias definido en la Cooperativa.

preferentment al desenvolupament de les competències professionals dels comandaments de la cadena de tendes (executius, caps de zona, caps de personal, directors i directores i caps de tenda). Combina accions de desenvolupament personal i professional i accions de desenvolupament organitzatiu. Entre les primeres destaquen els cursos de formació, els "coaching" i les conferències d'experts.

Dins el Programa de Desenvolupament de Competències destinat a la cadena de comandament de la Cooperativa, en l'àmbit de gestió de tendes durant l'exercici 2008 s'han organitzat 3 cursos de formació dirigits principalment als directors i directores i als caps de tenda, amb un total d'11.144 hores de formació impartides.

Les accions de "coaching" o d'acompanyament han tingut com a destinataris els executius de Gestió de Tendes, els caps de zona i els caps de personal.

Al mes de maig, dins el "Cicle de Conferències d'Experts", vam comptar amb la participació d'Álex Rovira Celma, director de programes d'Executive Education d'Esade i autor de diversos llibres de gestió.

En 2008, el Programa de Desenvolupament Competencial s'ha estès també a la cadena de comandament del departament de Logística i de Plataformes. Prop de 100 persones s'han incorporat a este programa formatiu i d'entrenament, que va començar amb la realització, durant el segon semestre, d'una jornada competencial o de "Assessment Center" i el primer Baròmetre del Comandament, ferramenta que permet avaluar les conductes professionals dels quadres per part dels seus col·laboradors, seguint el model de Competències definit en la Cooperativa.

CERCA DE 100 PERSONAS SE HAN INCORPORADO AL PROGRAMA FORMATIVO DE DESARROLLO COMPETENCIAL EN 2008. PROP DE 100 PERSONES S'HAN INCORPORAT A ESTE PROGRAMA FORMATIU DE DES-ENVELOPAMENT COMPETENCIAL EN 2008.

## COMUNICACIÓN INTERNA

Durante el ejercicio 2008 se han editado 9 revistas del Boletín Informativo Social (BIS) para todos los socios y socias trabajadoras y se han enviado a todos los centros 11 Guiones de Reuniones de Centro, sobre los cuales se han basado las reuniones mensuales de cada centro (departamentos, plataformas y tiendas).

Por otro lado, se han realizado 11 reuniones del Comité Social y 131 reuniones de las Comisiones Delegadas del Comité. Y, en noviembre, tuvo lugar la Asamblea anual de Comisiones Delegadas del Comité Social con cerca de 450 representantes sociales.

En diciembre, se celebró el tradicional acto de entrega de premios del Concurso de Tarjetas de Navidad, dirigido a los niños y niñas familiares directos de los socios y socias trabajadoras. Este año se recibieron un total de 2.500 dibujos. En total se concedieron 13 premios por categorías de edad y divididos por zonas geográficas.

Consum ha firmado dos convenios en materia de inserción laboral de colectivos vulnerables, uno de ellos con la Fundación Ceimigra y otro con Cruz Roja.

En el año 2008, Consum también ha realizado un Estudio de Clima Laboral entre su plantilla, estudio que se realiza cada dos años. La valoración media global ha mejorado un 2%, con una puntuación media de 3,52 sobre 5. Los factores 'intangibles' son los que han recibido las puntuaciones más altas: Compromiso Social, Seguridad en el Empleo y la Integración en la Empresa.

## COMUNICACIÓ INTERNA

Durant l'exercici 2008 s'han editat 9 revistes del Butlletí Informatiu Social (BIS) per a tots els socis i sòcies treballadors i s'han enviat a tots els centres 11 guions de reunions de centre, sobre els quals s'han basat les reunions mensuals de cada centre (departaments, plataformes i tendes).

D'altra banda, s'han organitzat 11 reunions del Comitè Social i 131 reunions de les comissions delegades del Comitè. I, al novembre, va tindre lloc l'Assemblea anual de Comissions Delegades del Comitè Social amb prop de 450 representants socials.

Al desembre, es va celebrar el tradicional acte d'entrega de premis del Concurs de Targetes de Nadal, dirigit als xiquets i xiquetes familiars dels socis i sòcies treballadors. Enguany es van rebre un total de 2.500 dibuixos i es van concedir 13 premis per categories d'edat, dividits per zones geogràfiques.

Consum ha firmat dos convenis en matèria d'inserció laboral de col·lectius vulnerables, un dels quals amb la Fundació Ceimigra i un altre amb Creu Roja.

L'any 2008, Consum també ha elaborat un Estudi de Clima Laboral entre la seua plantilla, estudi que es fa cada dos anys. La valoració mitjana global ha millorat un 2%, amb una puntuació mitjana de 3,52 sobre 5. Els



Por otro lado, los factores Formación, Promoción y Retribución son los que aportan una mayor mejora proporcional con respecto al estudio anterior. Conciliación e Igualdad, factor que aparece por primera vez, ha obtenido una de las calificaciones más altas (3,68).

Los trabajadores no socios, están representados a nivel sindical, y la evolución de esta representación es acorde a la presencia de Consum en las diferentes comunidades autónomas en las que opera.

factors 'intangibles' són els que han rebut les puntuacions més altes: Compromís Social, Seguretat en el Treball i la Integració en l'Empresa. D'altra banda, els factors Formació, Promoció i Retribució són els que aporten una major millora proporcional respecte de l'estudi anterior. El factor Conciliació i Igualtat, que apareix per primera vegada, ha obtingut una de les qualificacions més altes (3,68).

Els treballadors no socis estan representats a nivell sindical, i l'evolució d'esta representació està d'acord amb la presència de Consum en les diferents comunitats autònomes on opera.

**REPRESENTACIÓN SINDICAL DE LOS TRABAJADORES.**  
REPRESENTACIÓ SINDICAL DELS TREBALLADORS.

	2006	2007	2008
Comunidad Valenciana / Comunitat Valenciana	73,87	47,72	69,86
Cataluña / Catalunya	18,77	42,17	23,18
Castilla-La Mancha / Castella-La Manxa	1,71	3,6	2,39
Murcia / Múrcia	3,68	3,86	3,36
Andalucía / Andalusia	1,97	2,65	1,21
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**SEGURIDAD Y SALUD LABORAL**

Integrar la prevención de riesgos laborales en la gestión de la Cooperativa es uno de los objetivos principales de nuestra política de prevención. Consum cuenta con un Plan de Prevención, que ha sido aprobado por la Dirección de la Cooperativa y del cual se ha enviado información a todos los centros de trabajo, a través de unos carteles que plasman la Política de Prevención de la Cooperativa.

En Consum existe un Comité de Seguridad y Salud compuesto por 9 miembros designados por la Dirección, otros 9 designados por el Comité Social y 5 técnicos de prevención.

**SEGURETAT I SALUT LABORAL**

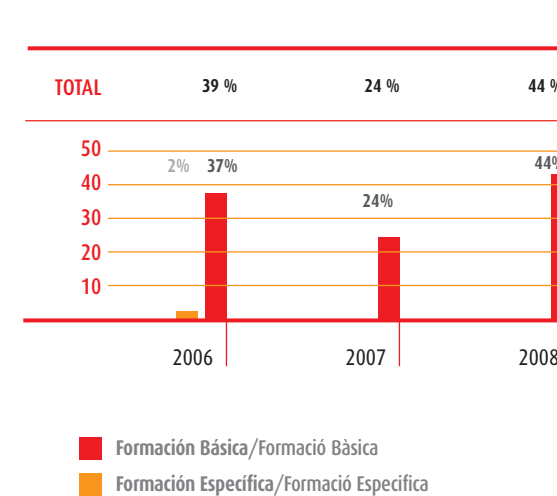
Integrar la prevención de riesgos laborales en la gestión de la Cooperativa es uno de los objetivos principales de nuestra política de prevención. Consum dispone d'un Pla de Prevenció, que ha sigut aprovat per la direcció de la Cooperativa i del qual s'ha enviat informació a tots els centres de treball, per mitjà d'uns cartells que plasmen la Política de Prevenció de la Cooperativa.

En Consum hi ha un Comité de Seguretat i Salut format per nou membres designats per la direcció, nou membres designats pel Comité Social i cinc tècnics de prevenció.

Durante este ejercicio, el Servicio de Prevención junto al Departamento de Desarrollo ha realizado un importante seguimiento de la "Planificación de actividades preventivas" en todos nuestros centros.

Todas las personas que se incorporan a la plantilla de Consum reciben formación en prevención de riesgos laborales. El curso básico está, en estos momentos, en proceso de actualización de contenidos según las modificaciones de la legislación. Por ello, toda la formación impartida en 2008 ha sido aplicada específicamente al puesto de trabajo.

**FORMACIÓN EN PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES.**  
FORMACIÓ EN PREVENCIÓ DE RISCOS LABORALS.



Hay que destacar un descenso muy importante de la siniestralidad laboral en los últimos años. En 1999 se produjeron 895 accidentes con baja y en el último año 338, teniendo además en cuenta el incremento de plantilla media producida en estos años. Respecto al índice de incidencia, cabe destacar que en este ejercicio se ha reducido en un 13% respecto a 2007. En total desde el año 1999, el índice de incidencia ha descendido un 83,50 %.

Durant este exercici, el Servei de Prevenció, juntament amb el departament de Desenvolupament, ha efectuat un seguiment important de la "Planificació d'activitats preventives" en tots els nostres centres.

Totes les persones que s'incorporen a la plantilla de Consum reben formació en prevenció de riscos laborals. En estos moments, el curs bàsic està en procés d'actualització de continguts segons les modificacions de la legislació. Per això, tota la formació impartida en 2008 ha sigut aplicada específicament al lloc de treball.

Cal destacar un descens molt important de la sinistralitat laboral els últims anys. En 1999 es van produir 895 accidents amb baixa i en l'últim any 338, tenint en compte, a més, l'increment de plantilla mitjana que hi ha hagut estos anys. Pel que fa a l'índex d'incidència, cal destacar que en este exercici s'ha reduït un 13% respecte de 2007. En total, des de l'any 1999 l'índex d'incidència ha descendit un 83,50 %.

La inversió per treballador en qüestions de seguretat i higiene en el treball s'ha mantingut estable al llarg dels últims anys, i la inversió en prevenció de riscos laborals per treballador suposa un 0,23% respecte de la massa salarial.

**ÍNDICE DE INCIDENCIA.**  
ÍNDEX D'INCIDÈNCIA.

2006	38,89 %
2007	43,83 %
2008	36,20 %

**DURACIÓN MEDIA DE BAJAS.**  
DURACIÓ MITJANA DE BAIXES.

	Días promedio bajas / Dies mitjana baixa
2006	29,31 %
2007	34,47 %
2008	35,00 %



La Inversión por trabajador en temas de seguridad e higiene en el trabajo se ha mantenido estable a lo largo de los últimos años, en que la inversión en prevención de riesgos laborales por trabajador supone un 0,23% con respecto a la masa salarial.

La inversió per treballador en qüestions de seguretat i higiene en el treball s'ha mantingut estable al llarg dels últims anys, i la inversió en prevenció de riscos laborals per treballador suposa un 0,23% respecte de la massa salarial.

INVERSIÓN POR TRABAJADOR EN PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES.  
INVERSIÓ PER TREBALLADOR EN PREVENCIÓ DE RISCOS LABORALS.

	Masa salarial / Massa salarial	Inversión P.R.L. / Inversió P.R.L.
2006	119.891.317	945.613
2007	159.773.812	1.324.054
2008	191.907.758	444.835

DURANTE 2008 SE HAN DADO DE ALTA 169.537 SOCIOS-CLIENTES.  
DURANT L'ANY 2008 S'HAN DONAT D'ALTA 169.537 SOCIOS-CLIENTS.



## LOS SOCIOS CONSUMIDORES Y CLIENTES

### UN GRAN COLECTIVO

La participación activa de nuestros socios consumidores es uno de los rasgos distintivos de Consum y nuestros mejores esfuerzos se dirigen a hacer realidad la implicación de todos ellos. Cada año destinamos el 10% de los beneficios a las actividades de formación e información de este gran colectivo, que ha alcanzado en 2008 la cifra de 1.030.432 socios.

Durante el 2008 se han dado de alta 169.537 socios-clientes, una cifra importante aunque menor que la del ejercicio precedente, en el que se registró un gran número de altas tras la incorporación de más de 100 nuevos puntos de venta fruto de las adquisiciones de supermercados.

EVOLUCIÓN DE SOCIOS-CLIENTES.  
EVOLUCIÓ DE SOCIOS-CLIENTS.

	Altas /Altes	Bajas /Baixes
2006	298.047	216
2007	320.032	389
2008	169.537	315

La participación se ha materializado en su representación, paritaria junto con los socios trabajadores, en el Consejo Rector y en la Asamblea General. En 2008 se han celebrado 11 Juntas de Socios Consumidores, 5 en Valencia y provincia, 2 en Albacete y 1 en cada una de las siguientes ciudades: Alicante, Castellón, Murcia y Barcelona, con una asistencia de 8.561 socios, un 13,7% más respecto al año anterior.

## ELS SOCIOS CONSUMIDORS I CLIENTS

### UN GRAN COL·LECTIU

La participació activa dels nostres socis consumidors és un dels trets distintius de Consum, i els nostres millors esforços es dirigixen a fer realitat la implicació de tots ells. Cada any destinem el 10% dels beneficis a les activitats de formació i informació d'este gran col·lectiu, que en 2008 ha aconseguit la xifra de 1.030.432 socis.

Durant 2008 s'han donat d'alta 169.537 socis-clientes, una xifra important encara que menor que la de l'exercici precedent, quan es va registrar un gran nombre d'altres després de la incorporació de més de 100 nous punts de venda fruit de les adquisicions de supermercats.

La participació s'ha materialitzat en la seua representació, paritària juntament amb els socis treballadors, en el Consell Rector i en l'Assemblea General. En 2008 s'han celebrat 11 juntes de socis consumidors, 5 a València i província, 2 a Albacete i 1 en cada una de les ciutats següents: Alacant, Castelló, Múrcia i Barcelona, amb una assistència de 8.561 socis, un 13,7% més respecte de l'any anterior.





CON EL OBJETIVO DE FOMENTAR HÁBITOS DE VIDA SANOS Y SALUDABLES ENTRE LOS CONSUMIDORES, CONSUM REALIZÓ EL AÑO PASADO MÁS DE 2.300 TALLERES FORMATIVOS. AMB L'OBJECTIU DE FOMENTAR HÀBITS DE VIDA SANS I SALUDABLES ENTRE ELS CONSUMIDORS, CONSUM VA ORGANITZAR L'ANY PASSAT MÉS DE 2.300 TALLERS FORMATIUS.

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

Dentro del programa de "Vida Saludable" que desarrolla la Cooperativa, a lo largo del 2008, se han llevado a cabo más de 3.000 actividades de formación, centradas principalmente en talleres prácticos sobre temas de consumo, tanto para adultos, como para escolares.

Con el objetivo de fomentar hábitos de vida sanos y saludables entre los consumidores, Consum realizó el año pasado más de 2.300 talleres formativos en todas las comunidades en las que está presente: Comunidad Valenciana, Cataluña, Murcia, Castilla-La Mancha y Andalucía.

Por su parte, se realizaron 1.150 talleres dirigidos a adultos entre los que destacan los talleres prácticos de cocina que complementan la puesta en marcha de las sendas nutricionales "cuida tu corazón" y "cuida tus huesos". También se realizaron otra modalidad de talleres como 'Alimenta tu piel', 'Cocina Saludable' o 'Tasta la Mediterrània'. En estas actividades participaron más de 22.400 adultos.

Destacar la implantación y desarrollo en todos los supermercados de Cataluña de la Senda Nutricional para la Prevención de la Osteoporosis –como ya se hizo en los centros de la Comunidad Valenciana durante 2007– en

#### ACTIVITATS FORMATIVES

Dins el programa de Vida Saludable que desenvolupa la Cooperativa, al llarg de 2008 s'han portat a terme més de 3.000 activitats de formació, centrades principalment en tallers pràctics sobre temes de consum, tant per a adults com per a escolars.

Amb l'objectiu de fomentar hàbits de vida sans i saludables entre els consumidors, Consum va organitzar l'any passat més de 2.300 tallers formatius en totes les comunitats on està present: la Comunitat Valenciana, Catalunya, Múrcia, Castella-la Manxa i Andalusia.

D'altra banda, es van organitzar 1.150 tallers dirigits a adults entre els quals destaquen els tallers pràctics de cuina que complementen la posada en marxa de les sendes nutricionals "Cuida el teu cor" i "Cuida els teus ossos". També s'han organitzat altres modalitats de tallers com "Alimenta la teua pell", "Cuina saludable" o "Tasta la Mediterrània". En estes activitats van participar més de 22.400 adults.

Cal destacar la implantació i el desenvolupament, en tots els supermercats de Catalunya, de la senda nutricional per a la prevenció de l'osteoporosi –com ja es va fer en els centres de la Comunitat Valenciana durant l'any 2007–, en col·laboració amb el Departament

colaboración con el Departament de Salut de la Generalitat de Catalunya. La campanya consisteix en senyalitzar, mitjançant un logotip fàcilment reconeixible, tots aquells aliments que, per la seua composició, poden ajudar a prevenir l'osteoporosi. Com a complement, s'han organitzat tallers pràctics de prevenció de l'osteoporosi en els nostres supermercats, dirigits als consumidors. D'altra banda, a la Comunitat Valenciana s'ha desenvolupat en 2008 la senda nutricional cardiosaludable, en la línia de lo anteriorment marcat, hem treballat amb la Conselleria de Sanitat de la Generalitat Valenciana en la senyalització dels productes que favoreixen una bona salut cardiovascular juntament amb el desenvolupament dels tallers ja mencionats, complementaris a l'activitat en els punts de venda.

Dirigides a los más pequeños, se realizaron actividades que combinan el aprendizaje con el juego tales como 'El Sabor de los Alimentos', 'Tots cuinem', 'Tu salud ahora' o 'Tasta la Mediterrània'. En los más de 1.170 talleres infantiles llevados a cabo, participaron 25.800 escolares. Además se realizaron otras actividades de formación dirigidas a niños, como la difusión del Programa Multimedia 'Saber con Mucho Sabor' a través de CD's repartidos en centros escolares y la convocatoria del tercer concurso de cuentos Consum, con motivo del Día Mundial del Consumidor del año pasado. Cerca de 10.000 escolares pudieron disfrutar de estas actividades.

de Salut de la Generalitat de Catalunya. La campanya consisteix a senyalitzar, per mitjà d'un logotip fàcilment reconeixible, tots aquells aliments que, per la seua composició, poden ajudar a prevenir l'osteoporosi. Com a complement, s'han organitzat tallers pràctics de prevenció de l'osteoporosi en els nostres supermercats, dirigits als consumidors. D'altra banda, a la Comunitat Valenciana s'ha desenvolupat en 2008 la senda nutricional cardiosaludable, en la línia del que hem indicat més amunt, i hem treballat amb la Conselleria de Sanitat de la Generalitat Valenciana en la senyalització dels productes que afavoreixen una bona salut cardiovascular, juntament amb el desenvolupament dels tallers ja mencionats, complementaris a l'activitat en els punts de venda.

Dirigides als més menuts, es van organitzar activitats que combinen l'aprenentatge amb el joc com ara "El sabor dels aliments", "Tots cuinem", "La teua salut ara" o "Tasta la Mediterrània". En els més de 1.170 tallers infantils portats a terme, hi van participar 25.800 escolars. A més, es van organitzar altres activitats de formació dirigides a xiquets, com ara la difusió del programa multimedia "Saber amb molt de sabor" mitjançant uns CD repartits pels centres escolars i la convocatòria del tercer concurs de contes Consum, amb motiu del Dia Mundial del Consumidor de l'any passat. Prop de 10.000 escolars van poder gaudir d'estes activitats.



### INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

El contacto directo con nuestros socios-clientes es un elemento fundamental en Consum y para garantizar esta comunicación contamos con varios medios. Entre los principales canales destaca la revista "Consum Entre Nosotros", publicación bimestral exclusiva para nuestros socios-clientes, que es el máximo referente en cuanto a información sobre alimentación y consumo para este colectivo, así como de las actividades que desarrolla la Cooperativa. La tirada total de ejemplares superó los 2 millones, con temas de interés nutricional, de consumo o de salud. Para adaptarnos a las regiones en las que estamos presentes y muestra de nuestro compromiso con los socios, editamos tanto nuestra revista como el resto de nuestros soportes de comunicación, en las lenguas oficiales de las citadas regiones: castellano, valenciano y catalán.

Otra fuente importante de información es nuestra página web, que en 2008 ha recibido 170.549 visitas, un 24% más que el año anterior. Es significativo el número de descargas de nuestra Memoria de Sostenibilidad de 2007 en nuestra web, que asciende a 2.659 visitas.

En 2008 hemos continuado con el espacio, "Ser Consumidor", el cual se emite quincenalmente en Radio Valencia-Cadena SER y con el espacio "Consum Entre Nosotros", que se emite quincenalmente en "La Mañana de COPE Valencia". De esta forma, tenemos garantizada la presencia en las dos principales cadenas generalistas por audiencia.

Junto a la labor informativa llevada a cabo a través de los medios de comunicación comentados, Consum ha estado muy presente en los medios generalistas y especializados por motivos de actualidad. Durante 2008 hemos registrado 650 impactos en medios de comunicación.

### INFORMACIÓ AL CONSUMIDOR

El contacto directo amb els nostres socis-clients és un element fonamental en Consum i per a garantir esta comunicació comptem amb diversos mitjans. Entre els principals canals destaca la revista "Consum Entre Nosaltres", publicació bimestral exclusiva per als nostres socis-clients, que és el màxim referent quant a informació sobre alimentació i consum per a este col·lectiu, a més de les activitats que desenvolupa la Cooperativa. La tirada total d'exemplars va superar els 2 milions, amb temes d'interés nutricional, de consum o de salut. Per a adaptar-nos a les regions on estem presents i com a mostra del nostre compromís amb els socis, editem tant la nostra revista com la resta dels nostres suports de comunicació en les llengües oficials de les regions esmentades: castellà, valencià i català.

Una altra font important d'informació és la nostra pàgina web, que en 2008 ha rebut 170.549 visites, un 24% més que l'any anterior. És significatiu el nombre de descàrregues de la nostra Memòria de Sostenibilitat de 2007 en la nostra web, que arriba a les 2.659 visites.

En 2008 hem continuat amb l'espai "Ser Consumidor", que s'emet quincenalment en Radio Valencia-Cadena SER, i amb l'espai "Consum Entre nosaltres", que s'emet quincenalment en "La Mañana de COPE Valencia". D'esta forma, tenim garantida la presència en les dues principals cadenes generalistes per audiència.

Al costat de la labor informativa efectuada a través dels mitjans de comunicació comentats, Consum ha estat molt present en els mitjans generalistes i especialitzats per motius d'actualitat. Durant l'any 2008 hem registrat 650 impactes en mitjans de comunicació.



LA REVISTA "CONSUM ENTRE NOSOTROS" ES EL MÁXIMO REFERENTE EN CUANTO A INFORMACIÓN SOBRE ALIMENTACIÓN Y CONSUMO PARA NUESTROS SOCIOS CLIENTES. LA REVISTA "CONSUM ENTRE NOSALTRES" ÉS EL MÀXIM REFERENT QUANT A INFORMACIÓ SOBRE ALIMENTACIÓ I CONSUM PER ALS NOSTRES SOCIS CLIENTS.

### SATISFACCIÓN DE LOS SOCIOS CONSUMIDORES

Para poder mejorar y adaptarnos a las necesidades de nuestros socios-clientes, en Consum contamos con distintos medios para conocer su satisfacción.

Uno de los sistemas para conocer de forma directa la satisfacción de nuestros socios y clientes, es el registro y gestión de las incidencias recibidas a través del Área de Escucha Activa de Consum, que nos permite disponer de una completa información facilitada por los socios-clientes con sus llamadas a este servicio.

El servicio telefónico de Escucha Activa ha atendido un total de 121.448 llamadas correspondientes a incidencias detectadas por nuestros socios y clientes a lo largo de 2008, un 15% más que el año anterior, por el aumento del número de socios-clientes.

### SATISFACCIÓ DELS SOCIS CONSUMIDORS

Per poder millorar i adaptar-nos a les necessitats dels nostres socis-clients, en Consum comptem amb diversos mitjans per a conèixer la seua satisfacció.

Un dels sistemes per a conèixer de forma directa la satisfacció dels nostres socis i clients és l'enregistrament i la gestió de les incidències rebudes a través de l'Àrea d'Escolta Activa de Consum, que ens permet disposar d'una informació completa facilitada pels socis-clients amb les seues telefonades a este servici.

El nivel de satisfacción del servicio prestado desde el Área de Escucha Activa a las llamadas recibidas, se mide a través de un estudio cuyo resultado ha sido de 7'09 sobre 10. Es nuestro objetivo continuar realizando este estudio de satisfacción, analizando resultados y mejorando los aspectos que nuestros clientes nos demanden.

Otro tipo de medidas directas de la satisfacción de nuestros socios y clientes son los estudios que realizamos anualmente para conocer el grado de satisfacción de nuestra marca y valoración de los establecimientos por parte del socio consumidor-cliente. Este estudio, en 2008, nos otorgan una valoración de 7,9 en una escala de diez puntos, dato similar al obtenido en el estudio del 2007.

Nuestros supermercados, como clientes de las plataformas, también tienen su estudio anual de satisfacción del servicio logístico. Los resultados evidencian que la satisfacción general del servicio, producto y transporte ha obtenido una media de 4,9 a 5 sobre 6, lo cual supone una notable mejora sobre los resultados del año anterior.

El servicio telefónico d'Escolta Activa ha atés un total de 121.448 telefonades corresponents a incidències detectades pels nostres socis i clients al llarg de 2008, un 15% més que l'any anterior, per l'augment del nombre de socis-clients.

El nivell de satisfacció del servici prestat des de l'Àrea d'Escolta Activa a les telefonades rebudes es mesura amb un estudi que ha tingut un resultat de 7,09 sobre 10. El nostre objectiu és continuar elaborant este estudi de satisfacció, analitzant resultats i millorant els aspectes que els nostres clients ens requereixen.

Un altre tipus de mesures directes de la satisfacció dels nostres socis i clients són els estudis que efectuem anualment per conèixer el grau de satisfacció de la nostra marca i la valoració dels establiments per part del soci consumidor-client. Este estudi, en 2008, ens ha atorgat una valoració de 7,9 en una escala de 10 punts, dada semblant a l'obtinguda en l'estudi de 2007.

Con el objetivo de proteger los datos personales de los clientes y socios clientes Consum cumple los protocolos de protección de datos dispuestos en la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal. La sistemática se recoge en el "documento de seguridad", responsabilidad del "Responsable de Seguridad" de la Cooperativa. Destacar la ausencia de reclamaciones en relación a la privacidad y la fuga de datos personales de nuestros socios y socios clientes.

Consum, en coherencia con el compromiso de ofrecer los productos y servicios de la mejor calidad, establece canales de comunicación, abiertos a todos los socios y clientes para recoger su opinión y sugerencias de mejora, en relación a la información sobre etiquetaje, visibilidad de la información, fechas de caducidad de producto, etc. El área de Calidad trabaja en este sentido para ofrecer una respuesta ágil y en su caso, proceder a la inmediata resolución de la posible incidencia planteada por el consumidor. En el caso de sanción por incumplimiento normativo en relación al suministro y uso de productos y servicios, Consum asume la responsabilidad que se deriva de dicho incumplimiento. En 2008 tenemos registradas un total de 35 sanciones relacionadas con estas tipologías, con un importe total de 26.148 euros.

El coste de las sanciones en 2008, fruto del incumplimiento de la normativa en el ámbito de la sociedad, ha ascendido a 560 euros, por dos incidencias debidas principalmente a la falta de presentación de autorizaciones administrativas.

CONSUM ESTABLECE CANALES DE COMUNICACIÓN, ABIERTOS A TODOS LOS SOCIOS Y CLIENTES PARA RECOGER SU OPINIÓN Y SUGERENCIAS DE MEJORA. CONSUM ESTABLIX CANALS DE COMUNICACIÓ, OBERTS A TOTS ELS SOCIIS I CLIENTS, PER A RECOLLIR LA SEUA OPINIÓ I ELS SEUS SUGGERIMENTS DE MILLORA.

Els nostres supermercats, com a clients de les plataformes, també tenen el seu estudi anual de satisfacció del servici logístic. Els resultats evidencien que la satisfacció general del servici, el producte i el transport ha obtingut una mitjana de 4,9 a 5 sobre 6, dada que representa una millora notable sobre els resultats de l'any anterior.

Amb l'objectiu de protegir les dades personals dels clients i els socis clients, Consum complix els protocols de protecció de dades que es disposen en la Llei Orgànica de protecció de dades de caràcter personal. El protocol es recull en el Document de Seguretat, tutelat pel responsable de seguretat de la Cooperativa. Cal destacar l'absència de reclamacions en relació amb la privacitat i la fuga de dades personals dels nostres socis i socis-clients.

Consum, en coherència amb el compromís d'oferir els productes i servicis de la millor qualitat, establix canals de comunicació, oberts a tots els socis i clients, per recollir la seua opinió i els seus suggeriments de millora, en relació amb la informació sobre etiquetatge, visibilitat de la informació, dates de caducitat de producte, etc. L'àrea de Qualitat treballa en este sentit per oferir una resposta àgil i, si es dona el cas, procedir a la resolució immediata de la possible incidència plantejada pel consumidor. En el cas de sanció per incumpliment normatiu en relació amb el subministrament i l'ús de productes i servicis, Consum assumix la responsabilitat que es deriva d'este incumpliment. En 2008 tenim registrades un total de 35 sancions relacionades amb estes tipologies, amb un import total de 26.148 euros.

El cost de les sancions en 2008, fruit de l'incumpliment de la normativa en l'àmbit de la societat, ha ascendit a 560 euros, per dues incidències degudes principalment a la falta de presentació d'autoritacions administratives.

PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE.  
PROCESSOS D'ATENCIÓ AL CLIENT.

Reclamaciones / Reclamacions	10.664
Sugerencias / Suggeriments	195
Consultas / Consultes	47.115
Solicitudes / Sol·licituds	63.399
Felicitaciones / Felicitacions	75
<b>Total</b>	<b>121.448</b>





**TARJETA CONSUM**

El Programa de Interés de Consum nos proporciona un canal de comunicación fluida con nuestros socios-clientes, ya que mensualmente reciben en sus hogares el folleto comercial, además del detalle del importe de sus compras y el correspondiente cheque descuento. También, de manera complementaria enviamos periódicamente, por grupos de socios, promociones personalizadas según sus preferencias y hábitos de compra.

El Programa de Interés se materializa en una tarjeta de fidelización, que también puede tener la opción de pago, que es totalmente gratuita, que se puede solicitar en cualquiera de nuestros puntos de venta y que además de acumular descuentos en las compras realizadas en Consum, también aplica descuentos al consumo de combustible realizado en las más de 3.000 gasolineras del grupo Solred. Nuestros socios-clientes pueden beneficiarse también de descuentos en paquetes vacacionales de Viajes Iberia.

Sólo en 2008, nuestros socios-clientes se han beneficiado de descuentos en sus compras del orden de 7,9 millones de euros, entregados en cheques descuentos, válidos para ser canjeados en la compra de cualquier tipo de producto en nuestros supermercados.

En el aspecto más cualitativo los socios-clientes reciben puntualmente la revista "Consum Entrenosotros" en sus domicilios, así como información puntual con la programación de las actividades de formación que, en materia de consumo desarrollamos para ellos.

**TARGETA CONSUM**

El Programa d'Interés de Consum ens proporciona un canal de comunicació fluida amb els nostres socis-clients, ja que mensualment reben en sa casa el fullet comercial, a més del detall de l'import de les seues compres i el xec descompte corresponent. També, de manera complementària, enviem periòdicament, per grups de socis, promocions personalitzades segons les seues preferències i els seus hàbits de compra.

El Programa d'Interés es materialitza en una targeta de fidelització que també pot tindre l'opció de pagament, que és totalment gratuïta, que es pot sol·licitar en qualsevol dels nostres punts de venda i que, a més d'acumular descomptes en les compres efectuades en Consum, també aplica descomptes al consum de combustible realitzat en les més de 3.000 gasolineres del grup Solred. Els nostres socis-clients també es poden beneficiar de descomptes en paquets de vacances de Viajes Iberia.

Només en 2008, els nostres socis-clients s'han beneficiat de descomptes en les seues compres d'uns 7,9 milions d'euros, entregats en xecs descompte, vàlids per a ser canviats en la compra de qualsevol tipus de producte en els nostres supermercats.

Pel que fa a l'aspecte més qualitatiu, els socis-clients reben puntualment la revista "Consum Entrenosaltres" als seus domicilis, a més d'informació puntual amb la programació de les activitats de formació que, en matèria de consum, desenvolupem per a ells.



## ENTORNO

### ACCIÓN SOCIAL

A través del Comité de RSE, la Cooperativa canaliza su vocación social que en 2008 se ha materializado en más de un centenar de proyectos sociales en todas las comunidades en las que estamos presentes: Comunidad Valenciana, Cataluña, Murcia, Castilla-La Mancha y Andalucía.

Entre los proyectos respaldados por Consum, destacan la colaboración con Aspanion, Cruz Roja, Fundar, PayaSOSpital, Asindown, Afanoc, Asprona, Caritas, la Asociación de Familiares de Enfermos de Alzheimer, CeiMigra, la Asociación Española contra el Cáncer, Intermon Oxfam, o numerosos proyectos sociales de los ayuntamientos en las zonas en las que estamos presentes, entre otros.

EN 2008 SE HAN REALIZADO MÁS DE UN CENTENAR DE PROYECTOS SOCIALES. EN 2008 S'HAN DUT A TERME MÉS D'UN CENTENAR DE PROJECTES SOCIALS.



## ENTORN

### ACCIÓ SOCIAL

A través del Comité de RSE, la Cooperativa canaliza la seua vocació social, que en 2008 s'ha materialitzat en més d'un centenar de projectes socials en totes les comunitats on estem presents: la Comunitat Valenciana, Catalunya, Múrcia, Castella-la Manxa i Andalusia.

Entre els projectes abonats per Consum, destaquen la col·laboració amb Aspanion, Creu Roja, Fundar, PayaSOSpital, Asindown, Afanoc, Asprona, Caritas, l'Associació de Familiars de Malalts d'Alzheimer, CeiMigra, l'Associació Espanyola contra el Càncer, Intermon Oxfam, o nombrosos projectes socials dels ajuntaments en les zones on estem presents, entre d'altres.

Junto a estas iniciativas también se han llevado a cabo diversas aportaciones de alimentos coordinadas desde nuestras plataformas de distribución de Silla, Riba-Roja y El Prat, destinadas a organizaciones como el Banco de Alimentos de Valencia y el Banco de Alimentos Barcelona, Proyecto Vida, Caritas o Médicos del Mundo, entre otros. A través de estas iniciativas solidarias llegamos a más de 42.200 personas de colectivos vulnerables.

Además, a lo largo del ejercicio 2008 hemos colaborado con las administraciones locales y autonómicas, así como con asociaciones de consumidores, en actividades diversas relacionadas con el consumo, actividades de promoción de la mujer, programas de formación de adultos, y programas de fomento de la práctica de actividad física.

Destaca la campaña de comercialización de juguetes educativos "Manitas" elaborados por personas con discapacidad en colaboración con el Instituto Valenciano de Atención al Discapacitado (IVADIS) de la Conselleria de Bienestar Social.

Es importante destacar que el criterio de aplicación de la política de acción social en Consum es el de colaborar en proyectos centrados en la proximidad, tanto de la entidad con la que se colabora, como de los beneficiarios de la acción patrocinada. Durante el ejercicio de 2008, hemos destinado a proyectos de acción social más de 158.000 euros.

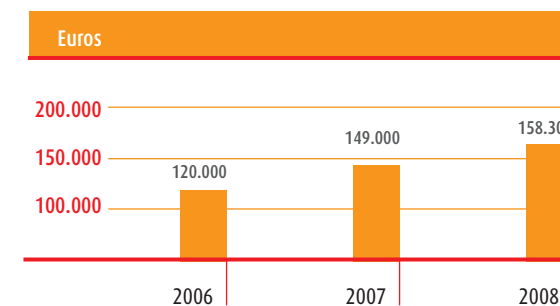


Juntament amb estes iniciatives també s'han portat a terme diverses aportacions d'aliments coordinades des de les nostres plataformes de distribució de Silla, Riba-roja i el Prat, destinades a organitzacions com el Banc d'Aliments de València i el Banc d'Aliments de Barcelona, Proyecto Vida, Caritas o Metges del Món, entre d'altres. Per mitjà d'estes iniciatives solidàries arribem a més de 42.200 persones de col·lectius vulnerables.

A més, al llarg de l'exercici 2008 hem col·laborat amb les administracions locals i autonòmiques i amb associacions de consumidors, en activitats diverses relacionades amb el consum, activitats de promoció de la dona, programes de formació d'adults i programes de foment de la pràctica d'activitat física.

Destaca la campanya de comercialització de joguets educatius "Manitas" elaborats per persones amb discapacitat en col·laboració amb l'Institut Valencià d'Atenció al Discapacitat (IVADIS) de la Conselleria de Benestar Social.

PATROCINIO Y ACCIÓN SOCIAL.  
PATROCINI I ACCIÓ SOCIAL.





**INTEGRACIÓN EN EL ENTORNO**

Nuestra participación en asociaciones sectoriales abarca una amplia representación que comprende tanto al mundo empresarial como social y cooperativo. Consum está como miembro de pleno derecho en ASEDAS, Asucova, Fedacova, Cedac, Asumur, Asucam, CEV, AECOC, Logistop, Asociación para el Desarrollo de la Logística (ADL), Fundación Etnor, Fundación de Estudios Bursátiles, Fundación Sabor y Salud, Fundación GEA, Fundación Catalunya-Comerç, Fundación ITENE, Hispacoop, Asces, Fed. de Coop. de Consumo de la Comunidad Valenciana y de Cataluña, así como a las Cámaras de Comercio en las provincias donde estamos implantados, entre otras.

Dentro de los programas de cooperación interempresarial, Consum participa en el "Proyecto PSE Globalog", liderado por el Instituto Tecnológico del Embalaje, Transporte y Logística-ITENE. Su objetivo es potenciar la competitividad del tejido Empresarial Español a través de la logística, como factor estratégico en un entorno global. Es un proyecto subvencionado por el Ministerio de Educación y Ciencia (MEC) y en el que participan tanto Centros e Institutos Tecnológicos, Universidades, como Empresas de Transporte, de Informática y del sector Cerámico.

És important destacar que el criteri d'aplicació de la política d'acció social en Consum és el de col·laborar en projectes centrats en la proximitat, tant de l'entitat amb què es col·labora com dels beneficiaris de l'acció patrocinada. Durant l'exercici 2008, hem destinat a projectes d'acció social més de 158.000 euros.

**INTEGRACIÓN EN L'ENTORN**

La nostra participació en associacions sectorials abasta una àmplia representació que comprén tant el món empresarial com el social i cooperatiu. Consum està present, com a membre de ple dret, en ASEDAS, Asucova, Fedacova, Cedac, Asumur, Asucam, CEV, AECOC, Logistop, Associació per al Desenvolupament de la Logística (ADL), Fundación Etnor, Fundación de Estudios Bursátiles, Fundación Sabor y Salud, Fundación GEA, Fundació Catalunya-Comerç, Fundació ITENE, Hispacoop, Asces, Federació de Cooperatives de

Consum participa también en el proyecto europeo "Traceback". Esta iniciativa, coordinada desde la División de Calidad, pretende desarrollar una herramienta que permita a las empresas de alimentación aplicar un nuevo sistema integrado que garantice la calidad de los alimentos en todos los eslabones de la cadena, desde su producción hasta el consumidor. El proyecto "Traceback", en el que participan 28 organizaciones de once países europeos, no sólo ayuda a garantizar la seguridad alimentaria de los productos, sino que demuestra la calidad de los alimentos a lo largo de la cadena de producción, manipulación, transporte y distribución.

Consum ha incrementado en 2008 el número de convenios de prácticas firmados con entidades de formación con respecto al ejercicio precedente. En total se han firmado 15 convenios, que han permitido la realización de prácticas de 57 alumnos. Algunos de los centros educativos con los que se han firmado convenios son la Universidad Politécnica de Valencia, el ITENE (Instituto Tecnológico del embalaje transporte y logística), Colegio Oficial de Veterinarios de Madrid, Área de Promoción Económica de L'Ajuntament de Sabadell, Barcelona Activa, entre otros.

Consum de la Comunitat Valenciana i de Catalunya, a més de les cambres de comerç de les províncies on estem implantats, entre d'altres.

Dins els programes de cooperació interempresarial, Consum participa en el Projecte PSE Globalog, liderat per l'Institut Tecnològic de l'Embalatge, el Transport i la Logística (ITENE). El seu objectiu és potenciar la competitivitat del teixit empresarial espanyol per mitjà de la logística, com un factor estratègic en un entorn global. És un projecte subvencionat pel Ministeri d'Educació i Ciència (MEC) i en el qual participen tant centres, instituts tecnològics i universitats, com empreses de transport, d'informàtica i del sector ceràmic.

Consum també participa en el projecte europeu Traceback. Esta iniciativa, coordinada des de la divisió de Qualitat, pretén desenvolupar una ferrament que permeti a les empreses d'alimentació aplicar un nou sistema integrat que garantisca la qualitat dels aliments en totes les anelles de la cadena, des de la producció fins al consumidor. El projecte Traceback, en el qual participen 28 organitzacions d'onze països europeus, no només ajuda a garantir la seguretat alimentària dels productes, sinó que demostra la qualitat dels aliments al llarg de la cadena de producció, manipulació, transport i distribució.

Consum ha incrementat en 2008 el nombre de convenis de pràctiques firmats amb entitats de formació en relació amb l'exercici precedent. En total s'han firmat 15 convenis, que han permès la realització de pràctiques de 57 alumnes. Alguns dels centres educatius amb els quals s'han firmat convenis són la Universitat Politècnica de València, l'ITENE (Institut Tecnològic de l'Embalatge, el Transport i la Logística), el Col·legi Oficial de Veterinaris de Madrid, l'àrea de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Sabadell o Barcelona Activa, entre d'altres.



NUESTRA PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES SECTORIALES ABARCA UNA AMPLIA REPRESENTACIÓN QUE COMPRENDE TANTO AL MUNDO EMPRESARIAL COMO SOCIAL Y COOPERATIVO. LA NOSTRA PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES SECTORIALS ABASTA UNA ÀMPLIA REPRESENTACIÓ QUE COMPRÉN TANT EL MÓN EMPRESARIAL COM EL SOCIAL I COOPERATIU.



a la Proximidad.  
CADA VEZ MÁS CERCA

a la Proximitat.  
CADA VOLTA MÉS A PROP

Enseña Ensenya	Población Població	Dirección Direcció	Teléfono Telèfon
Consum	ALQUÀS (Valencia)	Antonia M <sup>o</sup> Oviedo, 12	96 150 38 54
Consum	ALQUÀS (Valencia)	Crta.Torrent, s/n	96 198 82 80
Consum	ALBACETE (Albacete)	Arquitecto Vandelvira, 81	96 722 15 61
Consum	ALBACETE (Albacete)	Feria, 4	96 752 22 89
Consum	ALBACETE (Albacete)	Rosario, 38	96 751 09 76
Consum	ALBAIDA (Valencia)	Avda Feria, 25	96 290 10 39
Consum	ALBAL (Valencia)	Alcácer, s/n	96 127 04 73
Consum	ALBERIC (Valencia)	Avda. Ramón y Cajal, 14	96 244 17 83
Consum	ALBORACHE (Valencia)	Avda.Valencia	96 250 85 60
Consum	ALBORAIA (Valencia)	Avda. Horchata, 27	96 185 76 81
Consum	ALCORA (Castellón)	Viñals / Les Corts Valencianes	96 436 76 37
Consum	ALCOY (Alicante)	Sabadell, 22	96 533 49 83
Consum	ALDAIA (Valencia)	Avda. II de Mayo, 9	96 150 90 03
Consum	ALDAIA (Valencia)	Avda. de la Música, s/n	96 150 06 10
Consum	ALFAFAR (Valencia)	Avda.Albufera, 22	96 375 10 53
Consum	ALFÁS DEL PI (Alicante)	Avda. del Albir, 67	96 686 73 73
Consum	ALGEMESI (Valencia)	Avda. Generalitat, 40	96 242 01 59
Consum	ALGINET (Valencia)	Valencia	96 175 31 42
Consum	ALICANTE (Alicante)	Pintor Baeza, 4	96 524 80 09
Consum	ALMANSA (Albacete)	Corredera	96 731 17 47
Consum	ALMASSORA (Castellón)	Juan Austria, 36	96 456 17 91
Consum	ALMUSSAFES (Valencia)	Ramón y Cajal	96 178 38 66
Consum	ALZIRA (Valencia)	Avda. Santos Patronos, 35-37	96 241 44 48
Consum	ARCHENA (Murcia)	Joaquín Morte	96 867 36 37
Consum	AYORA (Valencia)	Marquesa Zenete, 47	96 219 16 36
Consum	BADALONA (Barcelona)	Avda. Alfonso XIII, 579	93 460 24 98
Consum	BANYERES DE MARIOLA (Alicante)	Avda. Ramón y Cajal	96 556 71 04
Consum	BANYOLES (Girona)	Avda. dels Països Catalans, s/n	97 258 29 32
Consum	BARCELONA (Barcelona)	Alcudia, 43	93 354 20 17
Consum	BARCELONA (Barcelona)	Avda. Icaria, 160	93 225 74 90
Consum	BARCELONA (Barcelona)	Avda. Madrid, 46-48	93 490 00 33
Consum	BARCELONA (Barcelona)	Avda. Roma, 32-34	93 226 13 09
Consum	BARCELONA (Barcelona)	Berruete, 106	93 274 98 00
Consum	BARCELONA (Barcelona)	Lluça, 19	93 490 47 89
Consum	BARCELONA (Barcelona)	Ronda Sant Pau, 29	93 443 79 97
Consum	BARCELONA (Barcelona)	Roselló, 346	93 457 46 37
Consum	BARCELONA (Barcelona)	Sants, 206-210	93 490 70 69
Consum	BARCELONA (Barcelona)	Via Augusta, 256	93 241 13 25



Enseña Ensenya	Población Població	Dirección Direcció	Teléfono Telèfon
Consum	BARCELONA (Barcelona)	Vía Julia, 76	93 276 80 28
Consum	BARCELONA (Barcelona)	Fabra i Puig, 53-57	93 311 61 55
Consum	BAZA (Granada)	Carretera Murcia, s/n	95 886 13 74
Consum	BENAGUASIL (Valencia)	Pianista Iturbi, 9-11	96 273 13 52
Consum	BENICARLÓ (Castellón)	Cristo Del Mar, 41	96 447 40 63
Consum	BENICÀSSIM (Castellón)	Violant de Casalduch, s/n	96 430 56 86
Consum	BENICÀSSIM (Castellón)	Avda. Ferrandis Salvador, 131	96 439 56 66
Consum	BENICÀSSIM (Castellón)	Avda. Jaime I, 87	96 430 22 03
Consum	BENIDORM (Alicante)	Ibiza, 15	96 585 54 71
Consum	BENIDORM (Alicante)	Urano, 3	96 585 99 86
Consum	BENIGÀNIM (Valencia)	Benavent, esq. C/ Empedrat	96 221 51 36
Consum	BENIMAMET (Valencia)	Avda. de la Estación, 39	96 340 48 49
Consum	BENISSA (Alicante)	Avda. Pais Valenciano, 71	96 573 26 65
Consum	BENISSA (Alicante)	Avda. Europa, s/n esquina Avda. Madrid	96 573 10 93
Consum	BURJASSOT (Valencia)	Avda. General Prim, 24-26	96 364 07 29
Consum	BURJASSOT (Valencia)	Pi i Margall, 5	96 363 63 66
Consum	BURRIANA (Castellón)	Avda. Jaime Chicharro, 4	96 451 76 01
Consum	BURRIANA (Castellón)	Plaza José Iturbi, 2 - Ecofiesta	96 451 48 00
Consum	CALPE (Alicante)	Avda. Juan Carlos I / C/ Mistral, 2	96 587 42 79
Consum	CALLOSA SEGURA (Alicante)	Camino de la Serrana, s/n	96 531 21 69
Consum	CANALS (Valencia)	Vicente Ferri, 30	96 224 33 06
Consum	CANET BERENGUER (Valencia)	Maximiliano Thous, s/n	96 260 85 18
Consum	CARAVACA (Murcia)	Juan Carlos I, s/n	96 870 72 00
Consum	CARCAIXENT (Valencia)	Alacant, 5	96 243 14 33
Consum	CARDEDEU (Barcelona)	Plaza Joan Alsina, 24	93 844 42 36
Consum	CARLET (Valencia)	Balaguer, 13	96 253 29 12
Consum	CASTELLAR DEL VALLES (Barcelona)	Portugal, s/n	93 715 89 80
Consum	CASTELLÓN (Castellón)	Avda. Valencia, 48	96 424 11 26
Consum	CASTELLÓN (Castellón)	Paseo Morella, 33	96 424 33 11
Consum	CASTELLÓN (Castellón)	Avda. Chatellerault	96 423 55 33
Consum	CASTELLÓN (Castellón)	Herrero, 51	96 420 63 89
Consum	CASTELLÓN (Castellón)	Polígono Rafalafena, 27	96 423 46 51
Consum	CASTELLÓN (Castellón)	Ronda Magdalena, 33	96 424 27 67
Consum	CATADAU (Valencia)	Carrer Nou, s/n	96 299 08 72
Consum	CATARROJA (Valencia)	Avda. Rambleta, 59	96 126 99 22
Consum	CATARROJA (Valencia)	Miguel Hernández, 36	96 126 76 96
Consum	CULLERA (Valencia)	Avda. Caminars Homens	96 173 08 03
Consum	CULLERA (Valencia)	Carretera Faro, s/n	96 172 23 73
Consum	CHESTE (Valencia)	Avda. Castilla	96 251 13 13

Enseña Ensenya	Población Població	Dirección Direcció	Teléfono Telèfon
Consum	CHIVA (Valencia)	Plaza Constitución, 4	96 252 29 28
Consum	DÉNIA (Alicante)	Avda. Carlos Sentí, 35	96 578 22 61
Consum	DÉNIA (Alicante)	Las Rotas (Sant Joan)	96 643 31 63
Consum	ELDA (Alicante)	Murillo, 22	96 698 18 80
Consum	ELDA (Alicante)	Avda. Ruperto Chapí, 42	96 539 87 81
Consum	ELDA (Alicante)	Avda. Alfonso XIII-Zona actuación, 9	96 538 78 20
Consum	ELX (Alicante)	Antonio Mora, 13	96 661 14 69
Consum	ELX (Alicante)	Avda. de Novelda, 113	96 543 12 43
Consum	ELX (Alicante)	Juan Diez	96 543 64 80
Consum	ENGUERA (Valencia)	Diputación, 16	96 222 44 41
Consum	GANDIA (Valencia)	Paseo Germanias, 67	96 287 07 91
Consum	GANDIA (Valencia)	Ferrocarril d'Alcoy, 113	96 287 56 53
Consum	GANDIA (Valencia)	Avda. Raval, 56	96 296 11 47
Consum	GAVA (Barcelona)	Avda. Joan Carles I, 29-31	93 633 67 25
Consum	GRANOLLERS (Barcelona)	Avda. Frances Maciá, 67-68	93 879 43 44
Consum	HOSPITALET (Barcelona)	Avda. Masnou, 3	93 437 99 95
Consum	HOSPITALET (Barcelona)	Avda. Miraflores, 5	93 447 05 50
Consum	IBI (Alicante)	Avda. Provincia	96 655 15 94
Consum	JAVEA (Alicante)	P. P. Pou del Moro (J. Espronceda y G. Vega)	96 646 30 25
Consum	JUMILLA (Murcia)	Canovas Del Castillo, 105	96 875 78 65
Consum	LA TORRE (Valencia)	Avda. Real de Madrid	96 375 99 59
Consum	L'ALCUDIA (Valencia)	Avda. Antonio Almela, 65	96 254 02 00
Consum	L'ELIANA (Valencia)	Avda. Diputación, 14	96 275 01 50
Consum	L'OLLERIA (Valencia)	Avda. Diputación, 34	96 220 21 50
Consum	LOS ALCÁZARES (Murcia)	Avda. de la Libertad / Isla del Ciervo y del Sujeto	96 858 29 23
Consum	LLORET DE MAR (Girona)	Avda. Vila de Blanes, 165-167	97 237 65 21
Consum	MASSAMAGRELL (Valencia)	Avda. Valencia, 17	96 144 40 11
Consum	MATARÓ (Barcelona)	Jacinto Verdaguer, 23	93 755 53 80
Consum	MATARÓ (Barcelona)	Ronda Alfonso X El Sabio, 136	93 741 19 10
Consum	MAZARRÓN (Murcia)	Urb. Camposol, Parcela CM1 Pol. Plan El Saladillo	96 819 91 86
Consum	MELIANA (Valencia)	Rey Don Jaime, 15	96 149 25 31
Consum	MISLATA (Valencia)	Turia, 8	96 383 10 56
Consum	MISLATA (Valencia)	Avda. del Sur, 26	96 379 32 32
Consum	MISLATA (Valencia)	Padre Llansol, 15	96 359 79 00
Consum	MOJÁCAR (Almería)	Avda. Mediterráneo, 371 - Parque Comercial Mojacar	95 047 22 26
Consum	MONSERRAT (Valencia)	Blasco Ibañez	96 298 61 50
Consum	MONTCADA (Valencia)	Creu Quintana, 3	96 139 41 72
Consum	MURCIA (Murcia)	Navarra, s/n	96 828 64 90
Consum	MURCIA (Murcia)	Pina, 23 esq. C/Espronceda - Huerto de las Bombas	96 829 00 22

Enseña Ensenya	Población Població	Dirección Direcció	Teléfono Telèfon
Consum	MURCIA (Murcia)	Ronda Levante esquina Islas Canarias	96 824 33 05
Consum	NÀQUERA (Valencia)	Ctra. Bétera-Náquera	96 168 03 40
Consum	NOVELDA (Alicante)	Avda. Constitución, 17	96 560 32 12
Consum	NULES (Castellón)	Ctra. Vall D' Uixó	96 467 11 11
Consum	OLIVA (Valencia)	Av. Poeta Frco Brines, s/n - Av.Sisterón y c/Fonteta	96 283 99 82
Consum	OLOT (Girona)	Mosent - Verdeguer	97 227 16 16
Consum	OLULA DEL RÍO (Almería)	Granada, 11	95 044 19 34
Consum	ONDARA (Alicante)	D. Fleming, 11	96 576 63 33
Consum	ONIL (Alicante)	Avda. Constitución, 43	96 655 73 09
Consum	ORIHUELA (Alicante)	Urbanizacion Los Altos H1/Pc1	96 532 72 29
Consum	ORIHUELA (Alicante)	Urbanización La Zenia Ctra. de Villamartín	96 676 03 04
Consum	ORIHUELA (Alicante)	Oriolanos Ausentes, s/n	96 673 61 60
Consum	OROPESA DEL MAR (Castellón)	18 de Julio, 30	96 431 21 98
Consum	P. SAGUNT (Valencia)	Palleter	96 268 31 80
Consum	P. SAGUNT (Valencia)	San Vicente, s/n	96 268 19 82
Consum	PAIPORTA (Valencia)	Santa Ana, 18	96 397 37 67
Consum	PATERNA (Valencia)	Alfábega, s/n (Valterna)	96 135 90 59
Consum	PATERNA (Valencia)	Vicente Lerma, 6	96 137 32 83
Consum	PICANYA (Valencia)	Passeig de la Primavera	96 159 0 470
Consum	PICASSENT (Valencia)	San José, 12	96 124 20 99
Consum	PILAR DE LA HORADADA (Alicante)	Avda. Comunidad Valenciana, esq. Avda. Veleró	96 676 91 61
Consum	PILES (Valencia)	Camí Racó, s/n	96 283 18 08
Consum	PINEDA (Barcelona)	Garbí, s/n	93 769 30 47
Consum	PLAYA SAN JUAN (Alicante)	Polígono Parcial La Condomina, Parcela C1	96 526 32 08
Consum	POBLA DE FARNALS (Valencia)	Avda. de la Constitución, s/n	96 146 19 70
Consum	POBLA DE VALLBONA (Valencia)	Carretera Ademúz, Km 21	96 276 19 01
Consum	PUÇOL (Valencia)	Avda. Molí de Vent, 5	96 146 4 203
Consum	PUIG (Valencia)	Castellón, 12	96 147 01 36
Consum	QUART DE POBLET (Valencia)	Conde de Rodezno, s/n	96 152 14 42
Consum	RAFELBUNYOL (Valencia)	Avda. Camí de Cebolla, 22	96 141 25 21
Consum	REQUENA (Valencia)	Villajoyosa, 3	96 230 30 52
Consum	REUS (Tarragona)	Plaza Conde Reus, 1	97 732 24 52
Consum	REUS (Tarragona)	Aigua Nova, 7	97 775 01 72
Consum	RIBA-ROJA (Valencia)	Ctra. Ribarroja-Valencia, 87	96 277 26 21
Consum	RIPOLLET (Barcelona)	Pedraforca, 2	93 586 32 50
Consum	ROJALES (Alicante)	Avda. Jerez de la Frontera, esq. Avda. Salamanca, Urbanización Doña Pepa	96 673 10 82
Consum	ROQUETAS DE MAR (Almería)	Avda. del Sabiná, 100	95 017 13 88
Consum	SAGUNT (Valencia)	Los Huertos, 72	96 266 17 46

Enseña Ensenya	Población Població	Dirección Direcció	Teléfono Telèfon
Consum	SALT (Girona)	Passeig dels Paisos Catalans	972 24 56 94
Consum	SAN FULGENCIO (Alicante)	Francisco Quevedo y Luis Góngora Urbanización La Marina II Parc.C-1	96 679 58 35
Consum	SAN JAVIER (Murcia)	Avda. Aviación Española, 32	96 819 08 82
Consum	SAN VTE. RASPEIG (Alicante)	Ancha Catellar, 79	96 566 85 49
Consum	SAN VTE. RASPEIG (Alicante)	Ancha Catellar, 18	96 567 39 58
Consum	SANT BOI (Barcelona)	Colón, 46	93 661 42 42
Consum	SANT BOI (Barcelona)	Franscsc Macià, 80	93 640 27 91
Consum	SANT BOI (Barcelona)	Industria, 20	93 661 73 22
Consum	SANT CUGAT (Barcelona)	Avda. Rius i Tauler, 49	93 590 26 10
Consum	SANT JOAN (Alicante)	Jaime I, 7	96 565 69 91
Consum	SANT JOAN (Alicante)	Avda. Mutxamel / Foguerer José García	96 594 23 56
Consum	SANTA POLA (Alicante)	Finlandia, 1 - Urbanización Gran Alacant	96 669 73 98
Consum	SEDAVÍ (Valencia)	Avda. del País Valencià, 45	96 375 67 61
Consum	SEGORBE (Castellón)	Avda. España, 130	96 471 27 68
Consum	SILLA (Valencia)	Rambla Independencia	96 120 26 66
Consum	SILLA (Valencia)	Cooperativa Agrícola	96 121 42 40
Consum	SITGES (Barcelona)	Lluís Companys, 8	93 811 30 16
Consum	SUECA (Valencia)	Ronda Bernat Aliño	96 171 12 20
Consum	TARRAGONA (Tarragona)	Cardenal Cervantes, 37	97 724 71 13
Consum	TERRASA (Barcelona)	Prat de la Riba, 160	93 736 35 90
Consum	TORRENT (Valencia)	Avda. País Valencià, 98	96 155 81 60
Consum	TORRENT (Valencia)	Parque Comercial Toll L'Alberca	96 157 70 95
Consum	TORRENT (Valencia)	San Valeriano, 9	96 156 00 20
Consum	TORREVEJA (Alicante)	Zoa, 75-77	96 670 20 20
Consum	TOTANA (Murcia)	Carretera Nacional, km 616	96 842 55 22
Consum	TURÍS (Valencia)	Arquitecto Juan Luis García Lozano, s/n	96 252 83 02
Consum	UTIEL (Valencia)	Ramon y Cajal, 14	96 217 45 56
Consum	VALENCIA (Valencia)	Alboraya, 31	96 389 16 80
Consum	VALENCIA (Valencia)	Archiduque Carlos, 63-65	96 358 08 22
Consum	VALENCIA (Valencia)	Arquitecto Alfaro, 5	96 367 48 80
Consum	VALENCIA (Valencia)	Avda. Burjasot, 126	96 348 01 82
Consum	VALENCIA (Valencia)	Avda. Cortes Valencianas, 22	96 340 64 80
Consum	VALENCIA (Valencia)	Avda. Peset Alexandre, 78	96 348 02 83
Consum	VALENCIA (Valencia)	Avda. Puerto, 79	96 360 22 12
Consum	VALENCIA (Valencia)	Bachiller, 24	96 369 97 71
Consum	VALENCIA (Valencia)	Benissanó	96 383 55 43
Consum	VALENCIA (Valencia)	Cardenal Benlloch, 107	96 369 83 08
Consum	VALENCIA (Valencia)	Cardenal Benlloch, 54	96 369 52 25



Enseña Ensenya	Población Població	Dirección Direcció	Teléfono Telèfon
Consum	VALENCIA (Valencia)	Cartagena, 4	96 382 27 37
Consum	VALENCIA (Valencia)	Castielfabib, 22 / Pl. Diputat Luis Lucía, 8 y Valle Ballestera, 29	96 340 26 35
Consum	VALENCIA (Valencia)	Ceramista Ros, 13	96 378 56 87
Consum	VALENCIA (Valencia)	Dolores Marqués s/n	96 362 05 82
Consum	VALENCIA (Valencia)	Dr. Royo Vilanova, 4	96 377 05 14
Consum	VALENCIA (Valencia)	Fontanares, 5-7	96 377 82 88
Consum	VALENCIA (Valencia)	Fray Pedro Vives, 21-23-25	96 365 30 20
Consum	VALENCIA (Valencia)	General Llorens, 22	96 348 00 57
Consum	VALENCIA (Valencia)	Heroes Virgen de la Cabeza, 64	96 378 88 17
Consum	VALENCIA (Valencia)	Historiador Diago, 5-7	96 382 51 13
Consum	VALENCIA (Valencia)	Hospital, 1 bajo	96 394 14 78
Consum	VALENCIA (Valencia)	Jesús, 98	96 380 28 54
Consum	VALENCIA (Valencia)	Llanera de Ranes, 24	96 378 71 52
Consum	VALENCIA (Valencia)	Matías Perelló, 46	96 374 90 12
Consum	VALENCIA (Valencia)	Mayor, 60 Barrio Nazaret	96 367 19 24
Consum	VALENCIA (Valencia)	Na Robella, 4	96 333 85 92
Consum	VALENCIA (Valencia)	Obispo Jaime Pérez, 14	96 334 01 77
Consum	VALENCIA (Valencia)	Olivereta, 42	96 379 70 80
Consum	VALENCIA (Valencia)	Oltá, 50	96 334 68 63
Consum	VALENCIA (Valencia)	Padre Ferris, 20	96 340 04 08
Consum	VALENCIA (Valencia)	Padre Viñas, s/n	96 366 41 80
Consum	VALENCIA (Valencia)	Periodista Gil Sumbiela	96 349 65 64
Consum	VALENCIA (Valencia)	Rodrigo de Pertegaz, 18-20	96 330 49 48
Consum	VALENCIA (Valencia)	San Vicente, 136	96 341 75 50
Consum	VALENCIA (Valencia)	Santos Justo y Pastor, 79	96 355 39 80
Consum	VALENCIA (Valencia)	Serrería, 43	96 371 31 19
Consum	VALENCIA (Valencia)	Sueca, 34	96 341 12 50
Consum	VALENCIA (Valencia)	Uruguay, 27	96 380 63 01
Consum	VALENCIA (Valencia)	Nicasio Benlloch, 80	96 349 73 67
Consum	VERA (Almería)	Ctra. De Garrucha a Villaricos Playazo de Vera	95 061 82 97
Consum	VERGEL (Alicante)	Doctor Domenech, 12	96 575 10 06
Consum	VILAJOIOSA (Alicante)	Avda. Pianista Gonzalo Soriano, s/n	96 685 00 56
Consum	VILA-SECA (Tarragona)	Avda. Ramon d' Olzina	97 739 35 36
Consum	VILLAR DEL ARZOBISPO (Valencia)	Castellón 10-12	96 272 07 27
Consum	VILLARREAL (Castellón)	Avda. Cedre, 43	96 452 26 52
Consum	VILLENA (Alicante)	Avda. Constitucion, 41	96 580 30 50
Consum	XIRIVELLA (Valencia)	Avda. del Cami Nou, 70	96 383 02 03
Consum	XIRIVELLA (Valencia)	Maestro Rodrigo, 4	96 359 02 11
Consum	YECLA (Murcia)	Arzipestre E.Díaz, 63	96 879 55 52

Enseña Ensenya	Población Població	Dirección Direcció	Teléfono Telèfon
Consum Basic	AGOST (Alicante)	Avda. Doctor Fleming, 11	96 569 22 75
Consum Basic	AIELO DE MALFERIT (Valencia)	Reverendo Rafael Juan Vidal, 52	96 236 08 51
Consum Basic	ALBALAT DE LA RIBERA (Valencia)	El Corralot, 29	96 249 22 81
Consum Basic	ALCÀCER (Valencia)	Santisima Trinidad, 92	96 124 02 47
Consum Basic	ALCALÀ DE XIVERT (Castellón)	Plaza Don Juan Vilanova, 17	96 441 04 72
Consum Basic	ALCOI (Alicante)	Camí Alcoi, 77	96 554 21 71
Consum Basic	ALDAIA (Valencia)	Juan Ramón Jiménez, 37	96 151 86 11
Consum Basic	ALDAIA (Valencia)	Constitución, 15	96 154 01 65
Consum Basic	ALFAFAR (Valencia)	Poeta Miguel Hernández, s/n	96 375 05 11
Consum Basic	ALGEMESI (Valencia)	Plaza Mercado, 9	96 248 13 94
Consum Basic	ALICANTE (Alicante)	Amistad, 6-B	96 510 14 72
Consum Basic	ALICANTE (Alicante)	Arzobispo Loaces, 17	96 522 88 74
Consum Basic	ALICANTE (Alicante)	Babel - Alicante III	96 511 13 69
Consum Basic	ALICANTE (Alicante)	G. Castello, 28	96 517 93 59
Consum Basic	ALICANTE (Alicante)	Jimenez Cisneros, 27	96 525 07 19
Consum Basic	ALMENARA (Castellón)	Del Mur, 55	96 262 41 19
Consum Basic	ALMUSSAFES (Valencia)	Santa Ana, 24	96 178 24 81
Consum Basic	ALMUSSAFES (Valencia)	Mayor, 119	96 179 46 07
Consum Basic	ALQUERIAS DEL N. PERDIDO (Castellón)	Virgen de Gracia, 33-35	96 451 24 41
Consum Basic	ALTEA (Alicante)	San Francisco / Ancla, s/n	96 688 13 16
Consum Basic	ALTEA (Alicante)	Costa Blanca, s/n	96 584 34 12
Consum Basic	BADALONA (Barcelona)	Avenida Martí Pujol, 641-647	93 460 67 99
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Avda. Hospital Militar, 34	93 238 56 18
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Avda. Madrid, 166	93 409 28 60
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Avda. Mare Deu Montserrat, 19	93 285 82 23
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Avda. Meridiana, 256	93 349 47 92
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Balmes, 306	93 241 57 90
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Balmes, 430	93 254 07 45
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Berlin, 4	93 490 46 29
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Buenos Aires, 30	93 363 11 53
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Camelies, 39	93 285 82 09
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Cartagena, 293	93 435 41 57
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Casanova, 142	93 323 07 90
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Conde Borrell, 9	93 443 96 30
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Conde Urgell, 85	93 323 81 87
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Entença, 28	93 292 47 23
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Escorial, 120	93 285 82 13
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Felipe de Paz, 9	93 409 34 28
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Gran de Gracia, 25	93 292 28 08

Enseña Ensenya	Población Població	Dirección Direcció	Teléfono Telèfon
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Gran Vía Corts Catalanas, 321	93 292 46 54
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Jerusalen, 4	93 318 25 41
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Juan Bravo, 8-10	93 422 43 01
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Las Chafarinas, s/n	93 276 84 10
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	L'Olivera, 38	93 292 47 26
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Llull, 465	93 305 57 34
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Mallorca, 354	93 458 11 90
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Maria Cubí, 70	93 241 45 13
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Mercat SGervasi / Pl. Joaquim Folguera	93 253 17 47
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Nicaragua,110-112	93 419 79 42
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Numancia, 77	93 363 11 55
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Padilla, 306	93 435 84 87
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	París, 53	93 494 12 66
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Paseo de Valldaura, 172	93 350 62 62
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Passeig Sant Gervasi, 10	93 254 07 41
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Provenza, 111	93 452 15 34
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Puigcerdá, 206	93 498 60 03
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	República Argentina, 267	93 254 03 10
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Rogent, 63-65	93 456 47 62
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Roger de Flor, 85	93 231 08 57
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Ronda Guinardó, 52	93 046 22 44
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Rosello, 502-504	93 435 69 34
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Sant Gervasi, 83	93 418 54 50
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Sta Amelia,31	93 205 16 09
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Travesera de Dalt, 34	93 218 03 77
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Travessera de les Corts, 230	93 490 84 33
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Valencia, 478	93 232 80 18
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Valencia, 551	93 244 04 95
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Viladomat, 184	93 452 62 86
Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Villarroel, 15	93 289 32 44
Consum Basic	BENEJUZAR (Alicante)	Luis Buñuel, esquina Carlos Ibañez	96 535 62 07
Consum Basic	BENIFAÍO (Valencia)	Trullas, 43	96 179 50 68
Consum Basic	BENIMAMET (Valencia)	Campamento, 28	96 363 64 50
Consum Basic	BETERA (Valencia)	Salvador Giner, 42	96 169 12 17
Consum Basic	BETXI (Castellón)	Avda. Primero De Mayo, 86	96 462 22 59
Consum Basic	BLANCA (Murcia)	Federico Servet, s/n	96 845 92 82
Consum Basic	BOCAIRENT (Valencia)	Santa Águeda, s/n	96 235 05 33
Consum Basic	BORRIOL (Castellón)	Rey Don Jaime, 11	96 432 21 28
Consum Basic	BURJASSOT (Valencia)	Guillem de Castro, 28	96 364 41 14

Enseña Ensenya	Población Població	Dirección Direcció	Teléfono Telèfon
Consum Basic	BURRIANA (Castellón)	Avda. Mediterraneo, 22	96 458 67 28
Consum Basic	CASAS IBAÑEZ (Albacete)	Carretera Nacional 332, 76	96 746 13 74
Consum Basic	CASASIMARRO (Cuenca)	Pl. de la Constitución, 9	96 748 75 41
Consum Basic	CASTELLAR (Valencia)	Vicente Puchol, 49	96 375 01 94
Consum Basic	CASTELLAR (Valencia)	Escultor Federico Siruana, 19	96 376 49 68
Consum Basic	CASTELLON (Castellón)	Dr. Clara, 4	96 425 42 67
Consum Basic	CASTELLON (Castellón)	Ronda Magdalena, 64	96 425 37 55
Consum Basic	CATARROJA (Valencia)	Avda. Rambleta, 8 - Colón, 60	96 127 08 51
Consum Basic	CATRAL (Alicante)	Purísima, 34	96 572 36 30
Consum Basic	DOLORES (Alicante)	Avda. Alcalde Jose Rodriguez, 28	96 671 01 00
Consum Basic	EL CAMPELLO (Alicante)	Avda. Ausias March, s/n - Avda. Xixona, s/n	96 563 58 97
Consum Basic	EL MASNOU (Barcelona)	Italia, 50	93 540 08 29
Consum Basic	EL PERELLÓ (Valencia)	Avda. Sueca, c/ Roger de Lauria	96 177 06 07
Consum Basic	EL PINOSO (Alicante)	Badem Rico Lucas, s/n	96 547 75 64
Consum Basic	EL PRAT (Barcelona)	Nicaragua, 110-112	93 478 38 02
Consum Basic	ELCHE DE LA SIERRA (Albacete)	Avda. España, 8	96 741 13 70
Consum Basic	ELDA (Alicante)	Poeta Zorrilla, s/n	
Consum Basic	ELX TORRELLANO (Alicante)	Avda. Illice, s/n	96 568 00 58
Consum Basic	FAURA (Valencia)	Santa Bárbara, 80 / Valencia	96 260 07 23
Consum Basic	FOIOS (Valencia)	Pintor Sorolla, 1	96 149 49 19
Consum Basic	FONT DE LA FIGUERA (Valencia)	Plaza Mayor, 22	96 229 02 46
Consum Basic	FUENTE ALAMO (Murcia)	Manuel de Falla, 35	96 859 87 12
Consum Basic	FUENTEALAMO (Albacete)	Plaza España, 39	96 732 17 14
Consum Basic	GARRUCHA (Almería)	Mayor, s/n	95 046 06 57
Consum Basic	GAVÁ (Barcelona)	Sant Lluís, 63	93 635 52 00
Consum Basic	GAVÁ (Barcelona)	Mare de Deu de Montserrat, 9	93 633 52 91
Consum Basic	GENOVÉS (Valencia)	Lepanto, 1	96 222 97 87
Consum Basic	HELLÍN (Albacete)	López de Oro, 43	93 635 52 00
Consum Basic	HOSPITALET (Barcelona)	Enric Prat de la Riba, 195	93 337 58 86
Consum Basic	HOSPITALET (Barcelona)	Dr. Martí Julia, 133	93 432 39 41
Consum Basic	HOSPITALET (Barcelona)	Avda. Severo Ochoa, 94	93 438 33 28
Consum Basic	IBI (Alicante)	Reyes Católicos, 13	96 655 08 19
Consum Basic	INIESTA (Cuenca)	Cañadas, 6	96 749 07 81
Consum Basic	L'ALCUDIA (Valencia)	Mayor, 16	96 254 12 19
Consum Basic	LEDAÑA (Cuenca)	Antonio Pérez, 9	96 749 25 04
Consum Basic	LLEIDA (Lleida)	del Centre, 4	97 321 27 04
Consum Basic	LLEIDA (Lleida)	Enric Pubill, 7 Balafia	97 324 78 17
Consum Basic	LLEIDA (Lleida)	Jeroni Pujades, 29	97 323 06 15
Consum Basic	LLEIDA (Lleida)	Vallcalent, 35	973 28 17 66



Enseña Ensenya	Población Població	Dirección Direcció	Teléfono Telèfon
Consum Basic	MADRIGUERAS (Albacete)	Pasos,19	96 748 51 62
Consum Basic	MANUEL (Valencia)	Del Angel, 11	96 226 80 85
Consum Basic	MELIANA (Valencia)	Avda. Santa Maria, 3	96 149 14 18
Consum Basic	MISLATA (Valencia)	San Francisco de Asis, 4	96 370 28 68
Consum Basic	MONCOFAR (Castellón)	Colon, 35	96 457 93 55
Consum Basic	MONFORT (Alicante)	Avda De Aspe, 7	96 562 18 13
Consum Basic	MONTCADA (Valencia)	Badia, 102	96 139 57 35
Consum Basic	MORELLA (Castellón)	Crtra. De Castellón, 2	96 416 08 42
Consum Basic	MUNERA (Albacete)	Mayor, 38	96 737 30 99
Consum Basic	MUTXAMIEL (Alicante)	Avda. de Carlos Soler esq. Campello	96 595 29 18
Consum Basic	NULES (Castellón)	Santa Natalia, 3	96 467 33 33
Consum Basic	ONDA (Castellón)	Plaza del Pla, 25	96 460 24 17
Consum Basic	ONTUR (Albacete)	Pascual Abellan	96 732 38 18
Consum Basic	PAIPORTA (Valencia)	Pais Valenciano, 8	96 397 50 58
Consum Basic	PATERNA (Valencia)	Avda. Blasco Ibañez, 47	96 138 50 53
Consum Basic	PEÑÍSCOLA (Castellón)	Maestro Bayarri, 24	96 446 77 91
Consum Basic	PEÑÍSCOLA (Castellón)	Avda. Estación, 39	96 448 13 42
Consum Basic	PICANYA (Valencia)	Avda. Marques del Turia, 7	96 159 28 57
Consum Basic	PICANYA (Valencia)	San Juan Bautista, 20	96 159 22 12
Consum Basic	PICASSENT (Valencia)	Avda. Sud, 57	96 123 12 79
Consum Basic	PINEDA (Barcelona)	Jaume Balmes, 15	93 762 95 10
Consum Basic	POBLA LLARGA (Valencia)	San Vicente, 23 - 25	96 297 02 34
Consum Basic	RAFAL (Alicante)	Dr. Fleming, 1	96 675 28 39
Consum Basic	RODA DE BARA (Tarragona)	Crta. Tarragona, s/n	97 780 05 54
Consum Basic	SABADELL (Barcelona)	Corominas, 2-6	93 725 59 58
Consum Basic	SABADELL (Barcelona)	Ronda Zamenhoff, 58	93 748 04 10
Consum Basic	SAGUNTO (Valencia)	Capitán Pallarés, 14	96 266 61 61
Consum Basic	SANT BOI (Barcelona)	Once Septiembre, 14	93 654 13 04
Consum Basic	SANT JUST (Barcelona)	Raval de la Creu, 42 (Mdo.)	93 470 12 00
Consum Basic	SANTA COLOMA (Barcelona)	Mas Mari, 43	93 466 51 48
Consum Basic	SANTA COLOMA DE GRAMANET (Barcelona)	Singuerlin	93 391 84 08
Consum Basic	SILLA (Valencia)	Ausias March, 10	96 120 32 62
Consum Basic	SIMAT DE LA VALLDIGNA (Valencia)	Mayor, 26	96 281 03 52
Consum Basic	SOLLANA (Valencia)	Avda. dr. Santiago Vidal Soria, 18	96 174 12 60
Consum Basic	SOLLANA (Valencia)	Holanda, 1	96 174 02 75
Consum Basic	TARAZONA DE LA MANCHA (Albacete)	La Virgen, 7	96 748 13 55
Consum Basic	TEULADA (Alicante)	Avda. Santa Catalina, 29	96 574 01 52
Consum Basic	TOBARRA (Albacete)	Principe De Asturias, 4	96 732 91 55
Consum Basic	TORREBLANCA (Castellón)	San Antonio, 34	96 442 05 27

Enseña Ensenya	Población Població	Dirección Direcció	Teléfono Telèfon
Consum Basic	TORRENT (Valencia)	Avda. Pais Valenciano, 16	96 157 20 50
Consum Basic	TORRENT (Valencia)	L'Horta, 8	96 155 59 66
Consum Basic	TORRENT (Valencia)	Virgen de la Paz, 46	96 157 45 50
Consum Basic	TORREVIEJA (Alicante)	Avda. Diego Ramirez	96 571 32 90
Consum Basic	TORREVIEJA (Alicante)	Avda. Habaneras, 75	96 570 68 15
Consum Basic	TOTANA (Murcia)	Santomera, 15	96 842 35 11
Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Alfambra, 10	96 348 31 13
Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Amadeo Saboya, 15	96 393 19 17
Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Amparo Iturbi, 71	96 395 85 18
Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Avda Dr. Waskman, 37	96 334 42 76
Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Avda. Constitución, 11	96 340 12 04
Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Blasco Ibañez, 148	96 372 49 01
Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Carteros, 71	96 357 11 23
Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Enrique Navarro, 35	96 360 29 69
Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Felipe Gauna, 9	96 372 98 02
Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	General San Martí, 8	96 380 58 51
Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Hermanos Maristas, 6	96 333 87 94
Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Jesús, 35-37	96 341 98 48
Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	José Esteve, 2	96 366 72 56
Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Lorca, 12	96 385 29 39
Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Marqués de Montortal, 99	96 366 74 50
Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Martínez Ferrando, 6	96 351 67 65
Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Miguel Servet, 28 (Mercado Benicalap)	96 340 13 00
Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Nicasio Benlloch, 12	96 340 69 44
Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Pintor Zariñena, 7	96 391 96 77
Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Plaza Rojas Clemente, 13	96 391 92 52
Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Salvador Rubio, 3	96 349 06 46
Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Serpis, s/n	96 389 06 00
Consum Basic	VALLADA (Valencia)	Avda. dels Molinets, 14	96 225 72 14
Consum Basic	VILAFRANCA DEL CID (Castellón)	Juan Pablo Climent, 11	96 444 00 55
Consum Basic	VILAJOIOSA (Alicante)	Ramón i Cajal, 16-18	96 589 34 12
Consum Basic	VILAMARXANT (Valencia)	Crta. Pedralba, 69	96 271 21 03
Consum Basic	VILAVELLA (Castellón)	Crta. Vall D' Uixó, 32	96 467 70 74
Consum Basic	VILLAMALEA (Albacete)	Costerilla, 3	96 748 39 90
Consum Basic	VILLAREAL (Castellón)	Avda. Pio XII, s/n	96 452 52 92
Consum Basic	VINARÓS (Castellón)	Avinguda País Valencià, 13	96 440 14 24
Consum Basic	XERACO (Valencia)	Avda. de la Mota, s/n	96 288 80 20
Consum Basic	XILXES (Castellón)	1º de Mayo, 3	96 458 32 70
Consum Basic	XIXONA (Alicante)	Alicante, 2	96 561 28 01

Enseña Ensenya	Població Població	Direcció Direcció	Teléfono Telèfon
Charter	ADEMUZ (Valencia)	Avda. Valencia, 23	97 878 50 55
Charter	AGULLENT (Valencia)	Mayor, 36	96 290 70 42
Charter	AIGÜES (Alicante)	Pza. de la Iglesia, 18	96 569 05 60
Charter	ALBUIXEC (Valencia)	Mayor, 26	96 140 00 01
Charter	ALCOCEBRE (Castellón)	Camping Playa Tropicana	96 441 24 63
Charter	ALCÚDIA DE CRESPIANS (Valencia)	Miguel Hernández, 10	96 224 43 55
Charter	ALFAFAR (Valencia)	Gomez Ferrer, 8	96 376 54 49
Charter	ALGUENA (Alicante)	Avda. Roca de Togores, 2	
Charter	ALICANTE (Alicante)	Partida de Bacarot, 4	96 511 26 12
Charter	ALTURA (Castellón)	Avda. Santuario, 37	96 414 64 49
Charter	ALZIRA (Valencia)	Favareta, 52	96 241 79 87
Charter	ANGLÉS (Girona)	Verneda, 15 bajo	97 242 14 53
Charter	ANNA (Valencia)	Manuel de Falla, 12	96 221 04 62
Charter	ANTELLA (Valencia)	Pintor Abril, 10	96 297 44 08
Charter	ARBOLEAS (Almería)	Venta Mateo, s/n	95 012 13 22
Charter	ATZENETA DE ALBAIDA (Valencia)	Virgen de los Desamparados, 42	96 235 65 10
Charter	ATZENETA DEL MAESTRAT (Castellón)	Avda. Castellón, 39	96 437 01 47
Charter	BADALONA (Barcelona)	Córcega, 15	93 399 76 66
Charter	BANYERES (Alicante)	Juan XXIII, 6	96 656 71 07
Charter	BARCELONA (Barcelona)	Camí vell de la Pedrera, 12	93 354 76 19
Charter	BARCELONA (Barcelona)	Escocia, 8	669 585 237
Charter	BARCELONA (Barcelona)	Nou de la Rambla, 52	93 329 91 17
Charter	BARRAX (Albacete)	Párroco Don Juan, 2 Bajo	96 736 52 19
Charter	BARRIO CARMEL (Barcelona)	Mare de Deu dels Angels, 56-58	93 429 12 58
Charter	BARXETA (Valencia)	San Roque, 13	96 221 41 28
Charter	BÉLGIDA (Valencia)	Mayor, 8	96 290 10 77
Charter	BENICARLÓ (Castellón)	Polígono Industrial El Mollet, 301-305	96 446 70 13
Charter	BENIDORM (Alicante)	Maravall, 1	96 586 78 68
Charter	BENIDORM (Alicante)	Avda. Armada Española, 2	96 586 50 53
Charter	BENIFAÍÓ (Valencia)	Espioca, 38	96 178 28 33
Charter	BENIFAÍÓ (Valencia)	Juan Ramón Jimenez, 84	96 178 15 86
Charter	BENIFAIRO DE LA VALLDIGNA (Valencia)	Ricardo Romero, 26	96 281 07 50
Charter	BENIPARRELL (Valencia)	Avda. Blasco Ibañez, 15	96 121 30 58
Charter	BENITACHELL (Alicante)	Jose Antonio, 38	96 649 34 70
Charter	BETERA (Valencia)	Cmno. Alcublas, s/n	96 160 02 13
Charter	BETERA (Valencia)	C. Comercial Local C-4 (Mas Camarena)	96 168 75 64
Charter	BICORP (Valencia)	Maestro Serrano, 9	96 226 90 50
Charter	BOCAIRENT (Valencia)	Martí Calabuig, 10	96 235 05 96
Charter	BOLBAITE (Valencia)	Ramon y Cajal, 11	96 222 30 15

Enseña Ensenya	Població Població	Direcció Direcció	Teléfono Telèfon
Charter	BOLNUEVO (Murcia)	Avda. Bolnuevo, 2	96 815 65 40
Charter	BURJASSOT (Valencia)	Pintor Pinazo, 4	96 364 31 08
Charter	CABANES (Castellón)	Pza. Virgen del Buen Suceso, 26	96 433 12 83
Charter	CALAFELL (Tarragona)	Paseo Marítimo 181-188	97 716 34 89
Charter	CALDES DE MONTBUI (Barcelona)	Carretera comarcal 1415 km 1.925	93 840 45 70
Charter	CAMPDEVANOL (Girona)	Plaça Melcior Vaquer, 5	97 273 02 19
Charter	CAMPORROBLES (Valencia)	Caudete de las Fuentes, 12	96 218 00 22
Charter	CAPELLADES (Barcelona)	Passeig Miguel I Mas, 11	93 801 37 02
Charter	CARBONERAS DE GUADAZAÓN (Cuenca)	Don Cruz, 57 bajo	96 934 90 27
Charter	CÁRCER (Valencia)	Alberique, 35	96 297 64 47
Charter	CARDENETE (Cuenca)	La Iglesia, 8	96 934 80 11
Charter	CASINOS (Valencia)	Dr. Gomez Ferrer, 30	96 270 03 43
Charter	CASTELLÓ DE RUGAT (Valencia)	Ausias March, s/n	96 281 42 31
Charter	CERDANYOLA DEL VALLÉS (Barcelona)	Francolín, 23	93 692 93 96
Charter	CORBERA ALCIRA (Valencia)	Avda. País Valencià, 12	96 256 11 52
Charter	CORNELLÀ DE TERRY (Girona)	Mayor, 10	97 259 68 51
Charter	CULLERA (Valencia)	Vicente Grau Font, 16 Ed. Sta. Marta	96 172 62 38
Charter	CUNIT (Tarragona)	Avda. Can Nicolau, 22	97 767 25 13
Charter	CUNIT (Tarragona)	Julio César, 6	97 716 09 58
Charter	CUNIT (Tarragona)	Pere Romeu, 15	97 767 40 74
Charter	CHELLA (Valencia)	Plaza Adolfo Gimenez Del Rio, 11	96 222 05 75
Charter	CHESTE (Valencia)	Chiva, 20	96 251 24 74
Charter	EL BRUC (Barcelona)	Bruc del Mig, 86	93 771 00 08
Charter	EL PAPIOL (Barcelona)	Plaza Gaudí, 1	93 673 14 22
Charter	EL SALER (Valencia)	Gola de Puchol, 6	96 161 04 89
Charter	FINESTRAT (Alicante)	Avda. Benidorm, 6 Bajo	96 587 89 80
Charter	FUENTEALBILLA (Albacete)	Plaza Mayor, 2	96 747 20 84
Charter	GAVARDA (Valencia)	Uno, 4	96 259 40 81
Charter	GELIDA (Barcelona)	Circumval.lació, 14	93 779 30 74
Charter	GODELLETA (Valencia)	Cervantes, 18	96 180 06 05
Charter	GODELLETA (Valencia)	Crta. Godelleta - Valencia KM 11,7 (Agip)	96 180 00 29
Charter	GODELLETA (Valencia)	Mayor, 8	96 180 04 02
Charter	GUADASSUAR (Valencia)	Jesús, 5	96 257 00 77
Charter	HIGUERUELA (Albacete)	Primo De Rivera, 10	96 728 72 90
Charter	JÉLICA (Castellón)	Rey Don Jaime, 79	96 412 95 10
Charter	LA REVA (Valencia)	Mallorca, s/n Pol. Ind. La Reva, Loriguilla	
Charter	LANDETE (Cuenca)	Cuenca, s/n	
Charter	LLAURI (Valencia)	Pza. Libertad, 5	96 256 01 48
Charter	LLIÇÀ D'AMUNT (Barcelona)	Carretera BV-1432 KM 2,300	93 841 50 70



Enseña Ensenya	Población Població	Dirección Direcció	Teléfono Telèfon
Charter	LLIRIA (Valencia)	Plaza Mayor, 26	96 279 03 81
Charter	LLOSA DE RANES (Valencia)	Ramon Beneito, 1	96 223 04 12
Charter	LLUTXENT (Valencia)	Monte Santo, 36	96 229 46 80
Charter	MANISES (Valencia)	Moli de la Llum, 17	96 153 23 24
Charter	MANLLEU (Barcelona)	Plaza Bernadí, 5	93 851 25 00
Charter	MANRESA (Barcelona)	Plaza Bajes, 10	93 874 95 82
Charter	MANZANERA (Teruel)	Tomás María Ariño, 3	97 878 18 32
Charter	MASQUEFA (Barcelona)	Salvador Dalí, 7	93 772 75 82
Charter	MATARÓ (Barcelona)	Ronda Roca Blanca, 88	93 757 30 31
Charter	MAZARRÓN (Murcia)	Gallo, esq. C/ Cerrajería, Puerto de Mazarrón	96 859 44 24
Charter	MIRA (Cuenca)	Obispo Sanguesa, 8	96 934 03 67
Charter	MOIXENT (Valencia)	San Alberto, 17	96 226 01 40
Charter	MONTROI (Valencia)	Turís, 15	96 255 54 10
Charter	MORA DE RUBIELOS (Teruel)	Avda. Ibañez Marín, 20	97 880 71 03
Charter	NAVARRES (Valencia)	Pintor Tarrasó, 62	96 226 63 91
Charter	OLIVA (Valencia)	Conde de Oliva, 8	96 285 06 07
Charter	OLOT (Girona)	Bisbe Guillamet, 6	97 227 01 08
Charter	ORBA (Alicante)	San Antonio, 45	96 558 39 13
Charter	PALLEJA (Barcelona)	Plaza Mossent Jacint Verdaguer, 7	93 663 04 53
Charter	PATERNA (Valencia)	Casinos, 2	96 138 79 93
Charter	PIERA (Barcelona)	Piereta, 60	93 778 83 31
Charter	PINEDO (Valencia)	Marino Villamil, 6	96 324 86 57
Charter	POBLA DE VALLBONA (Valencia)	Avda. Colón, 25	96 276 10 60
Charter	POBLA DEL DUC (Valencia)	Plaza Doctor Gomar, 1	96 292 71 44
Charter	POLINYÀ DEL XUQUER (Valencia)	Perales e Igual, 2	96 297 36 23
Charter	QUATRETONDA (Valencia)	Ausias March, 13-15	96 226 47 84
Charter	QUESA (Valencia)	Rey Amadeo, 5	96 225 60 80
Charter	RAFELGUARAF (Valencia)	Jaume I, 5	96 258 64 44
Charter	RELLEU (Alicante)	Carretera Vilajoiosa, s/n	
Charter	ROCAFORT (Valencia)	Doctor Lopez Trigo, 4	96 131 06 80
Charter	ROQUETES (Tarragona)	Sant Ruf, 26	97 750 00 27
Charter	RUBIELOS DE MORA (Teruel)	Avda. Manuela Polo, s/n	97 880 71 03
Charter	SABADELL (Barcelona)	Ter, 69	93 727 02 30
Charter	SAGUNT (Valencia)	Con de la Malvarrosa, Poligono G	96 260 89 06
Charter	SANT HILARI SACALM (Barcelona)	Pl. General Moragues, 1	97 286 92 87
Charter	SANT MARTÍ SARROCA (Barcelona)	Avda. Anselmo Clave, Local 2	93 743 16 25
Charter	SANT PERE DE RIBES (Barcelona)	Ortega i Gasset, 7	93 893 69 07
Charter	SANT VICENT DELS HORTS (Barcelona)	Maestro Perez Moya, 11	93 676 93 14
Charter	SANTA COLOMA DE GRAMANET (Barcelona)	Mossen Camil Rossell, 18	93 391 17 39

Enseña Ensenya	Población Població	Dirección Direcció	Teléfono Telèfon
Charter	STA. MARGARIDA DE MONTBUI (Barcelona)	San Jaime, 5	93 804 23 19
Charter	SANTA PERPETUA (Barcelona)	Pau Casals, 35	93 560 33 47
Charter	SEGUR DE CALAFELL (Tarragona)	Paseig Maritim, 255	97 716 02 99
Charter	SEGUR DE CALAFELL (Tarragona)	Avda. España, 92	97 716 33 77
Charter	SERRA (Valencia)	Virgen de los Angeles, 12	96 168 81 43
Charter	SITGES (Barcelona)	Camí de la Fita, 30	93 894 16 92
Charter	SURIA (Barcelona)	Pius Maciá, 28	93 869 56 70
Charter	TALAYUELAS (Cuenca)	Obispo Almonacid, 4	96 936 32 06
Charter	TAVERNES DE LA VALLDIGNA (Valencia)	Císcar, s/n	
Charter	TORREGROSSA (Lleida)	Travesia Lleida Ronda Sud, 4	97 317 09 32
Charter	TORREVIEJA (Alicante)	San Julián, 36	96 670 99 97
Charter	TURIS (Valencia)	Jaume I, 5	96 252 67 11
Charter	ULLDECONA (Tarragona)	Murada de Baix, 52	97 772 01 48
Charter	VALENCIA (Valencia)	Pintor Rafael Solbes, 3	96 377 81 58
Charter	VENTA DEL MORO (Valencia)	Lepanto, 10	96 217 81 84
Charter	VILAMARXANT (Valencia)	Del Pozo, 7	96 165 02 54
Charter	VILLANUEVA CAST. (Valencia)	Carles Carbonell, 5	96 245 21 50
Charter	VILLAR DEL ARZOBISPO (Valencia)	La Musical, 7	96 164 63 35
Charter	VINALESA (Valencia)	Major, 10	96 149 80 26
Charter	VIVER (Valencia)	La Cadena, 1	
Charter	YATOVA (Valencia)	Miguel Hernández, 1	96 250 83 16



INDICADORES DE  
Sostenibilidad

INDICADORS DE  
Sostenibilitat

**ASPECTOS GENERALES ORGANIZATIVOS**  
**ASPECTES GENERALS ORGANITZACIONALS**

<b>Indicadores Economía Social</b> <b>Indicadors Economia Social</b>	<b>Indicadores GRI</b> <b>Indicadors GRI</b>	<b>Pag. de la Memoria</b> <b>Pàg. de la Memòria</b>
A1. 1 Declaración de la dirección. A1. 1 Declaració de la direcció.	1.1	Pág. 6 Pàg. 6
A1. 2 Declaración del máximo órgano de decisión social. A1. 2 Declaració del màxim òrgan de decisió social.	1.1	Pág. 4 Pàg. 4
A1. 3 Descripción de los principales impactos, riesgo y oportunidades. A1. 3 Descripció dels principals impactes, riscos i oportunitats.	1.2	Pág. 14 Pàg. 14
A1. 4 Descripción de una breve memoria que ponga de manifiesto la primacía de las personas y del objeto social sobre el capital. A1. 4 Descripció d'una breu memòria que posi de manifest la primàcia de les persones i de l'objecte social sobre el capital.	2.6	Pág. 11 Pàg. 11
A2. 1 Datos básicos (Nombre organización, datos de contacto, suyo principal,...). A2. 1 Dades bàsiques (Nom organització, dades de contacte, seu principal,...).	2.1, 2.4, 2.8, 3.4	Pág. 122 Pàg. 122
A2. 2 Principales actividades (% participación), productos y/o servicios y variaciones significativas respecto años anteriores. A2. 2 Principals activitats (% participació), productes i/o serveis i variacions significatives respecte anys anteriors.	2.2, 2.9	Pág. 10 y 23 Pàg. 10 y 23
A2. 3 Organigrama de la organización. A2. 3 Organigrama de l'organització.	2.3, 4.1, 4.2, 4.3	Pág. 9 Pàg. 9
A2. 4 Premios y reconocimientos recibos durante el período cubierto. A2. 4 Premis i reconeixements rebuts durant el període cobert.	2.10	Pág. 5 Pàg. 5
A3. 1 Período cubierto por la memoria. A3. 1 Període cobert per la memòria.	3.1	Pág. 4 Pàg. 4
A3. 2 Año de la memoria más reciente. A3. 2 Any de la memòria més recent.	3.2	Pág. 4 Pàg. 4
A3. 3 Ciclo de presentación de memorias (Anual, bienal,...). A3. 3 Cicle de presentació de memòries (Anual, bienal,...).	3.3	Pág. 4 Pàg. 4
A3. 4 Cobertura de la memoria (países, negocios conjuntos, empresas participadas). A3. 4 Cobertura de la memòria (països, negocis conjunts, empreses participades).	3.6, 3.8	Pág. 4 y 5 Pàg. 4 y 5
A3. 5 Limitaciones del alcance o cobertura de la memoria. A3. 5 Limitacions de l'abast o cobertura de la memòria.	3.7	Pág. 4 Pàg. 4
A3. 6 Técnicas de medida por realizar los cálculos, hipótesis y otros por obtener los indicadores de desarrollo. A3. 6 Tècniques de mesura per realitzar els càlculs, hipòtesis i altres per obtenir els indicadors de desenvolupament.	3.9	Pág. 5 Pàg. 5
A3. 7 Modificaciones de informaciones dadas en otras memorias. A3. 7 Modificacions d'informacions donades en altres memòries.	3.10	Pág. 5 Pàg. 5
A3. 8 Cambios de metodología de información y cálculo utilizados respecto otras memorias. A3. 8 Canvis de metodologia d'informació i càlcul utilitzats respecte altres memòries.	3.11	Pág. 5 Pàg. 5
A3. 9 Tabla de contenidos GRI. A3. 9 Taula de continguts GRI.	3.12	Pág. 107-119 Pàg. 107-119
A3. 10 Tabla de contenidos Principios Economía Social. A3. 10 Taula de continguts Principis Economia Social.		Pág. 107-119 Pàg. 107-119
A3. 11 Validación de la memoria A3. 11 Verificació de la memòria	3.13	Pág. 120 Pàg. 120



## VECTOR ECONÓMICO | VECTOR ECONÒMIC

### COMPROMISO 1. GESTIÓN EMPRESARIAL

#### COMPROMÍS 1. GESTIÓ EMPRESARIAL

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C1. 1. Existencia formal de declaración de valores o de identidad central de la organización. C1. 1. Existència formal de declaració de valors o d'identitat central de l'organització.	4.8	Pág. 11
C1. 2. Existencia formal de definición de misión, visión y objetivos a largo plazo. C1. 2. Existència formal de definició de missió, visió i objectius a llarg termini.	4.8	Pág. 11
C1. 3. Existencia de indicadores sobre el proceso de despliegue y consecución de objetivos. C1. 3. Existència d'indicadors sobre el procés de desplegament i consecució d'objectius.	4.9, 4.10	Pág. 18
C1. 4. Existencia de procesos de planificación y gestión presupuestaria. C1. 4. Existència de processos de planificació i gestió pressupostària.	4.9, 4.10	Pág. 19
C1. 5. Existencia de procesos que evalúen los riesgos en relación a la planificación estratégica y la introducción de nuevos productos o servicios. C1. 5. Existència de processos que avaluin els riscos en relació a la planificació estratègica i la introducció de nous productes o serveis.	4.11	Pág. 18
C1. 6. Existencia formal de definición del posicionamiento de los productos/servicios de la empresa y conocimiento de la competencia directa, desglosados por mercados. C1. 6. Existència formal de definició del posicionament dels productes/serveis de l'empresa i coneixement de la competència directa, desglossats per mercats.	2.5, 2.7	Pág. 10 y 19

### COMPROMISO 2. USO DE LOS RECURSOS LOCALES, FAVORECIENDO EL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL.

#### COMPROMÍS 2. ÚS DELS RECURSOS LOCALS, AFAVORINT EL DESENVOLUPAMENT ECONÒMIC LOCAL.

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C2. 1. Porcentaje de compras realizadas en el territorio (materias primas, servicios y activos fijos)/total compras. C2. 1. Percentatge de compres produïdes al territori (matèries primeres, serveis i actius fixes) / total compres.	EC1	Pág. 30
C2. 2. Acciones promovidas en el territorio para sustituir compras, bienes o servicios habitualmente adquiridos en otros puntos geográficos. C2. 2. Accions promogudes en el territori per tal de substituir compres o béns o serveis habitualment adquirits en altres punts geogràfics.	EC6	Pág. 30
C2. 3. Evaluación del coste económico aceptado para adquirir bienes y servicios en el territorio que podrían ser adquiridos en otros puntos geográficos en condiciones de utilidad similares para la organización. C2. 3. Avaluació del cost econòmic acceptat per tal d'adquirir béns i serveis en el territori que podrien ser adquirits en altres punts geogràfics en condicions d'utilitat semblants per l'organització.	EC6	Pág. 30
C2. 4. Evaluación del valor económico retenido y/o añadido a la comunidad local como consecuencia de los compromisos adquiridos. C2. 4. Avaluació del valor econòmic retingut i/o afegit a la comunitat local com a conseqüència dels compromisos adquirits.	S01	Pág. 30

### COMPROMISO 3. GESTIÓN DEL CAPITAL.

#### COMPROMÍS 3. GESTIÓ DE CAPITAL.

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C3. 1. Ventas netas. C3. 1. Vendes netes.	EC1	Pág. 21
C3. 2. Porcentaje sobre el Pasivo que corresponde a fondos colectivos o irrepartibles. C3. 2. Percentatge sobre el Passiu que correspon a fons col·lectius o irrepartibles.		Pág. 22
C3. 3. Porcentaje de distribución de excedentes des tinados a fondos colectivos o irrepartibles. C3. 3. Percentatge de distribució d'excedents destinats a fons col·lectius o irrepartibles.		Pág. 22
C3. 4. Porcentaje de excedentes asignados a miembros de la organización o a la incorporación de personas (excedentes capitalizados o monetarios). C3. 4. Percentatge d'excedents assignats a membres de l'organització o a la incorporació de persones (excedents capitalitzats o monetaris).	4.5	Pág. 21
C3. 5. Distribución entre los proveedores de capital, desglosado por interés sobre las deudas i préstamos, y dividendos sobre acciones de todo tipo, con especificaciones de cualquier retraso de los dividendos preferentes. C3. 5. Distribució entre els proveïdors de capital, desglossat per interès sobre els deutes i préstems, i dividendos sobre accions de tot tipus, amb especificacions de qualsevol retard dels dividendos preferents.	EC1	Pág. 22
C3. 6. Aumento/disminución de las ganancias retenidas a final del periodo. C3. 6. Augment/disminució dels guanyus retinguts a final del període.	EC1	Pág. 21
C3. 7. Suma total de todos los tipos de impuestos pagados desglosados por países y regiones. C3. 7. Suma total de tots els tipus d'impostos pagats, desglossats per països i regions.	EC1	Pág. 22
C3. 8. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la empresa respecto al cambio climático. C3. 8. Conseqüències financeres i altres riscos y oportunitats per a les activitats de l'empresa atès el canvi climàtic.	EC2	Pág. 35

### COMPROMISO 4. SISTEMAS DE GESTIÓN.

#### COMPROMÍS 4. SISTEMES DE GESTIÓ.

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C4. 1. Existencia de un sistema de gestión de calidad documentado, enfocado a los procesos y a su control. C4. 1. Existència d'un sistema de gestió de qualitat documentat, enfocat als processos y al seu control.	4.11	Pág. 44
C4. 2. Integración de la responsabilidad social en el sistema de gestión. C4. 2. Integració de la responsabilitat social en el sistema de gestió.	4.11	Pág. 31

### COMPROMISO 5. MARKETING RESPONSABLE Y PRODUCTOS Y SERVICIOS.

#### COMPROMÍS 5. MÀRQUETING RESPONSABLE I PRODUCTES I SERVEIS.

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C5. 1. Existencia de un Plan de Marketing que incorpore una sistemática de comunicación externa. C5. 1. Existència d'un Pla de Màrqueting que incorpore una sistemàtica de comunicació externa.	PR3	Pág. 31
C5. 2. Incorporación de un apartado para la responsabilidad social en el Plan de Marketing. C5. 2. Incorporació d'un apartat per a la responsabilitat social en el Pla de Màrqueting.	PR6	Pág. 31

C5. 3. Existencia de mecanismos de control para evaluar o garantizar que las acciones comerciales realizadas por la organización son coherentes con la política de la empresa. C5. 3. Existència de mecanismes de control per avaluar o garantir que les accions comercials realitzades per la organització son coherents amb la política de l'empresa.	PR6, PR7	Pág. 31
C5. 4. Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúen, para ser mejorados, los impactos de estos en la salud i la seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios evaluados. C5. 4. Fases del cicle de vida dels productes y servicis en els que s'avaluen, per a ser millorats, els impactes d'estos en la salud i la seguretat dels clients, i percentatge de categories de productes i servicis avaluats.	PR1	Pág. 31
C5. 5. Incidentes por el incumplimiento de la legislación o de los códigos voluntarios. C5. 5. Incidents per l'incompliment de la legislació o dels codis voluntaris.	PR2, PR4	Pág. 81

**COMPROMISO 6. INNOVACIÓN.**  
**COMPROMÍS 6. INNOVACIÓ.**

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C6. 1. Recursos destinados a innovación (horas por persona o euros totales invertidos). C6. 1. Recursos destinats a innovació (hores per persona o euros totals invertits).		Pág. 32
C6. 2. Porcentaje de la facturación resultante del proceso de innovación. C6. 2. Percentatge de la facturació resultatnt del procés d'innovació.		Pág. 33

**VECTOR AMBIENTAL | VECTOR AMBIENTAL**

**COMPROMISO 7. POLÍTICA Y GESTIÓN AMBIENTAL.**  
**COMPROMÍS 7. POLÍTICA I GESTIÓ AMBIENTAL.**

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C7. 1. Existencia de sanciones y multas por incumplimiento de la legislación ambiental. C7. 1. Existència de sancions i multes per incompliment de la legislació ambiental.	EN28	Pág. 35
C7. 2. Conocimiento y documentación de los impactos ambientales significativos que se derivan de la actividad. C7. 2. Coneixement i documentació dels impactes ambientals significatius que es deriven de l'activitat.	EN12, EN25, EN29	Pág. 35
C7. 3. Definición y documentación de objetivos ambientales anuales en función de los impactos ambientales significativos. C7. 3. Definició i documentació d'objectius ambientals anuals en funció dels impactes ambientals significatius.	EN26	Pág. 35
C7. 4. Gastos e inversiones ambientales totales desglosadas por tipo. C7. 4. Despeses i inversions ambientals totals desglossades per tipus.	EN30	Pág. 35

**COMPROMISO 8. PRODUCCIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS.**  
**COMPROMÍS 8. PRODUCCIÓ I GESTIÓ DE RESIDUS.**

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C8. 1. Control y seguimiento de la cantidad de residuos anuales generados, desglosados por topología y destino. C8. 1. Control i seguiment de la quantitat de residus anuals generats, desglossats per tipologia i destí de tractament.	EN22, EN24	Pág. 35
C8. 2. Medidas adoptadas para la mejora de la gestión de los residuos (minimización, valorización, reducción de la toxicidad, etc.) C8. 2. Mesures adoptades per a la millora de la gestió dels residus (minimització, valorització, reducció de la toxicitat, etc.).		Pág. 36
C8. 3. Consumo total de materias primas, a parte del agua, por tipo. C8. 3. Consum total de matèries primeres apart de l'aigua, per tipus.	EN1	N.A.
C8. 4. Porcentaje de materias primas utilizadas que son residuos (procesados o no) procedentes de fuentes externas a Consum. C8. 4. Percentatge de matèries primeres utilitzades que són residus (processats o no) procedents de fonts externes a Consum.	EN2	N.A.

**COMPROMISO 9. GESTIÓN DEL AGUA.**  
**COMPROMÍS 9. GESTIÓ DE L'AIGUA.**

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C9. 1. Control y seguimiento del consumo anual de agua. C9. 1. Control i seguiment del consum anual d'aigua.	EN8, EN9	Pág. 36
C9. 2. Porcentaje total de agua reciclada o reutilizada para el funcionamiento de la actividad. C9. 2. Percentatge total d'aigua reciclada o reutilitzada per al funcionament de l'activitat.		N.A.
C9. 3. Tratamiento y destino de las aguas residuales generadas. C9. 3. Tractament i destí de les aigües residuals generades.	EN21	Pág. 37
C9. 4. Medidas adoptadas para la mejora de la gestión del agua (reutilización, eficiencia, etc.). C9. 4. Mesures adoptades per a la millora de la gestió de l'aigua (reutilització, eficiència, etc.).		Pág. 37

**COMPROMISO 10. GESTIÓN DE LA ENERGÍA.**  
**COMPROMÍS 10. GESTIÓ D'ENERGIA."**

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C10. 1. Control y seguimiento del consumo directo e indirecto anual de energía desglosado en fuentes primarias (energía utilizada para la producción, transporte de mercancías, ...). C10. 1. Control i seguiment del consum directe i indirecte anual d'energia, desglossat en fonts primàries (energia utilitzada per a la producció, transport de mercaderies,...)	EN3, EN4	Pág. 37
C10. 2. Porcentaje de energía consumida proveniente de fuentes renovables. C10. 2. Percentatge d'energia consumida provinent de fonts renovables.	EN5	Pág. 38
C10. 3. Porcentaje de energía ahorrada fruto de las medidas adoptadas en materia de ahorro, eficiencia energética y aprovechamiento de recursos energéticos. C10. 3. Percentatge d'energia estalviada fruit de les mesures adoptades en matèria d'estalvi, eficiència energètica i aprofitament de recursos energètics.	EN5, EN7	Pág. 37
C10. 4. Iniciativas para promocionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía resultantes de estas. C10. 4. Iniciatives per a promocionar productes i servicis eficients en el consum d'energia o basadts en energies renovables, i les reduccions en el consum d'energia com a resultat d'estes.	EN6	Pág. 38 y 39



**COMPROMISO 11. CONTAMINACIÓN ACÚSTICA.**

**COMPROMÍS 11. CONTAMINACIÓ ACÚSTICA.**

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C11. 1. Diferencia del ruido exterior producido por la actividad y el valor de emisión límite de la zona de sensibilidad acústica donde se ubica la actividad. C11. 1. Diferència del soroll exterior produït per l'activitat i el valor d'immissió límit de la zona de sensibilitat acústica on s'ubica l'activitat.		Pág. 40
C11. 2. Medidas adoptadas para la minimizar la contaminación acústica. C11. 2. Mesures adoptades per a la minimització de la contaminació acústica.		Pág. 40

**COMPROMISO 12. CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA.**

**COMPROMÍS 12. CONTAMINACIÓ ATMOSFÈRICA.**

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C12. 1. Control y seguimiento de la emisión, directa e indirecta, de gases de efecto invernadero. C12. 1. Control i seguiment de l'emissió, directa i indirecta, de gasos d'efecte d'hivernacle.	EN16, EN17	Pág. 40
C12. 2. Medidas adoptadas para la minimización de la contaminación atmosférica. C12. 2. Mesures adoptades per a la minimització de la contaminació atmosfèrica.	EN18	Pág. 40
C12. 3. Utilización y emisiones de sustancias que destruyen la capa de ozono. C12. 3. Utilització i emissions de substàncies que destrueixen la capa d'ozó.	EN19	Pág. 40
C12. 4. Nox, Sox y otras emisiones atmosféricas de importancia desglosadas por tipos. C12. 4. NOx, SOx i altres emissions atmosfèriques d'importància desglossades per tipus.	EN20	Pág. 40

**COMPROMISO 13. CONTAMINACIÓN LUMÍNICA.**

**COMPROMÍS 13. CONTAMINACIÓ LUMÍNICA.**

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C13. 1. Control y seguimiento del porcentaje de luminarias con baja dispersión hemisferio superior / total de luminarias. C13. 1. Control i seguiment del percentatge de lluminàries amb baixa dispersió hemisferi superior / total de lluminàries.		Pág. 41
C13. 2. Medidas adoptadas para la minimización de la contaminación lumínica. C13. 2. Mesures adoptades per a la minimització de la contaminació lumínica.		Pág. 41

**COMPROMISO 14. AFECTACIONES AL SUELO.**

**COMPROMÍS 14. AFECTACIONS AL SÒL.**

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C14. 1. Identificación de los riesgos de afectaciones al suelo asociados a la actividad de la empresa. C14. 1. Identificació dels riscos d'afectacions al sòl associats a l'activitat de l'empresa.	EN12	Pág. 41
C14. 2. Número total y volumen de vertidos accidentales más significativos C14. 2. Nombre total i volum de vessaments accidentals més significatius.	EN23	N.A.
C14. 3. Medidas adoptadas para la minimización de las afectaciones al suelo (cubetas de seguridad, optimización de productos químicos,...). C14. 3. Mesures adoptades per a la minimització de les afectacions al sòl (cubetes de seguretat, optimització de productes químics,...).		N.A.

**COMPROMISO 15. INFORMACIÓN Y FORMACIÓN AMBIENTAL.**

**COMPROMÍS 15. INFORMACIÓ I FORMACIÓ AMBIENTAL.**

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C15. 1. Actividades de información y/o formación dirigidas a las personas de la organización en lo que se refiere a la mejora ambiental y número de personas participantes. C15. 1. Activitats d'informació i/o formació adreçades a les persones de l'organització pel que fa a la millora ambiental i nombre de persones participants.	LA10	Pág. 42
C15. 2. Porcentaje en peso de los productos vendidos susceptibles de ser recuperados al final de la vida útil de estos y porcentaje real recuperado. C15. 2. Percentatge en pes dels productes venuts susceptibles de ser recuperats al final de la vida útil d'aquests i percentatge recuperat real.	EN27	N.A.

**COMPROMISO 16. INTEGRACIÓN EN EL ENTORNO.**

**COMPROMÍS 16. INTEGRACIÓ EN L'ENTORN.**

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C16. 1. Existencia de un documento con la ubicación y extensión del suelo propiedad de la organización en espacios protegidos. C16. 1. Existència d'un document amb la ubicació i extensió de sòl propietat de l'organització en espais protegits.	EN11	N.A.
C16. 2. Medidas adoptadas para mejorar la integración de la actividad en su entorno natural más inmediato. C16. 2. Mesures adoptades per millorar la integració de l'activitat en el seu entorn natural més immediat.		N.A.
C16. 3. Medidas adoptadas para colaborar en la preservación de especies o espacios naturales cercanos así como las riquezas naturales y culturales propiedad de la organización. C16. 3. Mesures adoptades per tal de col·laborar en la preservació d'espècies o espais naturals propers, així com les riqueses naturals i culturals propietat de l'organització.	EN13, EN14, EN15	N.A.

## VECTOR SOCIAL | VECTOR SOCIAL

### COMPROMISO 17. DEMOCRACIA INTERNA.

#### COMPROMÍS 17. DEMOCRÀCIA INTERNA.

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C17. 1. Requisitos para la adhesión de nuevos miembros a la organización. C17. 1. Requisits per a l'adhesió de nous membres a l'organització.		Pág. 52
C17. 2. Requisitos y condiciones para la salida de la organización. C17. 2. Requisits i condicions per a l'eixida de l'organització.		Pág. 52
C17. 3. Evolución de socios o miembros, describiendo la variación de altas y bajas. C17. 3. Evolució de socis o membres, descrivint la variació d'altas i baixes.		Pág. 50 y 77
C17. 4. Porcentaje de personas o grupos con derecho al voto en los órganos máximos de decisión, respecto al total de personas de la organización. C17. 4. Percentatge de persones o grups amb dret a vot en els òrgans màxims de decisió, respecte al total de persones de l'organització.	4.4	Pág. 53
C17. 5. Porcentaje medio de participación real en los máximos órganos de decisión. C17. 5. Percentatge mig de participació real en els màxims òrgans de decisió.	4.4	Pág. 52
C17. 6. Grado de renovación en los órganos de representación de la organización. (IDN) C17. 6. Grau de renovació en els òrgans de representació de l'organització. (IDN)"	4.7	Pág. 53
C17. 7. Grupos de trabajo o espacios generados que favorecen la toma de decisiones de la organización. C17. 7. Grups de treball o espais generats que afavorixen la presa de decisions de l'organització.		Pág. 54
C17. 8. Porcentaje de personas de la organización que participa en alguno de los grupos o espacios generados. C17. 8. Percentatge de persones de l'organització que participa en algun dels grups o espais generats.		Pág. 55
C17. 9. Proceso de información por los que las personas de la organización tienen acceso a la información en su triple vertiente (societaria, empresarial y económica) indicando los canales, la frecuencia y los destinatarios. C17. 9. Procés d'informació pels que les persones de l'organització tenen accés a la informació en la seua triple vessant (societària, empresarial i econòmica) indicant els canals, la freqüència i els destinataris.	4.4	Pág. 55 y 80
C17. 10. Descripción del proceso preparatorio del máximo órgano de representación social. C17. 10. Descripció del procés preparatori del màxim òrgan de representació social.	4.4, 4.6	Pág. 56
C17. 11. Descripción de una breve memoria que detalle los requisitos y limitaciones de la soberanía de gestión de los máximos órganos de decisión de la organización. C17. 11. Descripció d'una breu memòria que detalle els requisits i limitacions de la sobirania de gestió dels màxims òrgans de decisió de l'organització.		Pág. 56

### COMPROMISO 18. DIÁLOGO Y TRANSPARENCIA CON LOS GRUPOS DE INTERÉS.

#### COMPROMÍS 18. DIÀLEG I TRANSPARÈNCIA AMB ELS GRUPS D'INTERÈS.

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C18. 1. Definición de un mapa de los grupos de interés focalizados en la organización. C18. 1. Definició d'un mapa dels grups d'interès focalitzats en l'organització.	3.5, 4.14, 4.15	Pág. 12
C18. 2. Flujos relacionales existentes entre la organización y sus grupos de interés. C18. 2. Fluxes relacionals existents entre l'organització i els seus grups d'interès.	4.16	Pág. 12
C18. 3. Existencia de una sistemática de valoración de la satisfacción de los grupos de interés. C18. 3. Existència d'una sistemàtica de valoració de la satisfacció dels grups d'interès.	4.17, PR5	Pág. 13

### COMPROMISO 19. FORMACIÓN

#### COMPROMÍS 19. FORMACIÓ

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C19. 1. Número medio de horas de formación / trabajador, por categoría y por tipo de formación (promoción, prl, medio ambiente, derechos humanos, otros). C19. 1. Nombre mig d'hores de formació / treballador, per categoria i per tipus de formació (promoció, prl, medi ambient, drets humans, altres).	LA10, LA11, HR3, HR8, SO3	Pág. 70
C19. 2. Número medio de horas de formación / socios, por tipo de formación (promoción, prl, medio ambiente, derechos humanos, otros). C19. 2. Nombre mig d'hores de formació / socis, per tipus de formació (promoció, prl, medi ambient, drets humans, altres).	LA10, LA11, HR3, HR8, SO3	Pág. 70
C19. 3. Porcentaje de trabajadores que han realizado actividades de formación en el último año / total de trabajadores. C19. 3. Percentatge de treballadors que han realitzat activitats de formació en el darrer any / total de treballadors.	LA12	Pág. 71
C19. 4. Porcentaje de miembros de la organización que han recibido o participado en actividades de formación específica de economía social en el último año / total miembros de la organización. C19. 4. Percentatge de membres de l'organització que han rebut o participat en activitats de formació específica en economia social en l'últim any / total de membres de l'organització.	4.7	Pág. 71
C19. 5. Porcentaje de inversión en formación para los trabajadores / masa salarial de la empresa. C19. 5. Percentatge d'inversió en formació pels treballadors / massa salarial de l'empresa.		Pág. 69
C19. 6. Porcentaje de inversión en formación para los socios / masa salarial de los socios. C19. 6. Percentatge d'inversió en formació pels socis / massa salarial dels socis.		Pág. 69
C19. 7. Existencia de una sistemática de evaluación del aprovechamiento de la formación, especificando el porcentaje del personal implicado. C19. 7. Existència d'una sistemàtica d'evaluació de l'aprofitament de la formació, especificant el percentatge del personal implicat.	LA12	Pág. 71

### COMPROMISO 20. IGUALDAD DE OPORTUNIDADES.

#### COMPROMÍS 20. IGUALTAT D'OPORTUNITATS.

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C20. 1. Desglose del personal por tipo de trabajo, por contrato y por región, incluyendo los puestos de trabajo ocupados por personas con discapacidades sobre el total de la organización. C20. 1. Desglòs del personal per tipus de treball, per contracte i per regió, incloent els llocs de treball ocupats per persones amb discapacitats sobre el total de l'organització.	LA1	Pág. 49 y 50
C20. 2. Número total de personas desglosado por grupos de edad, sexo y región, especificando el personal discapacitado. C20. 2. Nombre total de personas desglossat per grups d'edat, sexe i regió, especificant el personal discapacitat.	LA2	Pág. 62 y 63
C20. 3. Porcentaje de personas en la organización (mujeres, hombres, discapacitados, mayores de 45 años, personas a través de programas de integración, etc.) desglosado por categoría profesional. C20. 3. Percentatge de persones a l'organització (dones, homes, discapacitats, majors de 45 anys, persones a través de programes d'integració, etc.) desglossat per categoria professional.	LA13	Pág. 64
C20. 4. Número y tipo de litigios o demandas por discriminación laboral ganados y perdidos. C20. 4. Nombre i tipus de litigis o demandes per discriminació laboral guanyats i perduts.	HR4, HR9	Pág. 60
C20. 5. Relación entre el salario base de los hombres respecto a las mujeres desglosado por categoría profesional. C20. 5. Relació entre el salari base dels homes respecte de les dones desglossat per categoria professional.	LA14	Pág. 61



C20. 6. Existencia de políticas o procedimientos de igualdad de oportunidades en la selección, promoción y desarrollo de las personas de la organización. C20. 6. Existència de polítiques o procediments d'igualtat d'oportunitats en la selecció, promoció i desenvolupament de les persones de l'organització.	EC7	Pág. 60
C20. 7. Disponer de una auditoría de accesibilidad global, reconocida a nivel mundial. C20. 7. Disposar d'una auditoria d'accessibilitat global, reconeguda a nivell mundial.		Pág. 23

**COMPROMISO 21. SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO.**  
**COMPROMÍS 21. SEURETAT I HIGIENE EN EL TREBALL.**

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C21. 1. Porcentaje de personas que ha recibido formación relacionada con PRL en la organización y de que tipo (especifica lugar de trabajo, básica, media o superior). C21. 1. Porcentaje de persones que ha rebut formació relacionada amb PRL a l'organització i de quin tipus (específica lloc de treball, bàsica, mig o superior).	LA8	Pág. 75
C21. 2. Índice de incidencia: número de accidentes con baja / total de la plantilla, por cada mil trabajadores expuestos. C21. 2. Índex d'incidència: nombre d'accidents amb baixa / total de la plantilla per cada mil treballadors exposats.	LA7	Pág. 75
C21. 3. Duración media de las bajas por accidente. C21. 3. Durada mitjana de les baixes per accident.	LA7	Pág. 75
C21. 4. Inversión por trabajador en temas de seguridad e higiene en el trabajo / masa salarial. C21. 4. Inversió per treballador en temes de seguretat i higiene en el treball / massa salarial.		Pág. 76
C21. 5. Descripción de las comisiones conjuntas de seguridad y salud puestas por la dirección y los representantes de los trabajadores, y proporción de la plantilla amparada por éstas. C21. 5. Descripció de les comissions conjuntes de seguretat i salut compostades per la direcció i els representants dels treballadors, i proporció de la plantilla amparada per aquestes.	LA6, LA9	Pág. 74

**COMPROMISO 22. ESTABILIDAD DE LA PLANTILLA**  
**COMPROMÍS 22. ESTABILITAT DE LA PLANTILLA.**

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C22. 1. Media de permanencia en la empresa. C22. 1. Mitjana de permanència a l'empresa.	LA2	Pág. 51
C22. 2. Número total de bajas desglosadas por: C22. 2. Nombre total de baixes desglossades per: Jubilaciones Jubilacions Bajas voluntarias Baixes Voluntàries Despidos Acomiadaments Finalizaciones de contrato Finalitzacions contracte	LA2	Pág. 51
C22. 3. Número de altas registradas. C22. 3. Nombre d'altres registrades.	LA2	Pág. 51
C22. 4. Rotación media de la plantilla desglosada por grupos de edad, sexo y región/país. C22. 4. Rotació mitja de la plantilla desglossades per grups d'edat, sexe i regió/país.	LA2	Pág. 52

**COMPROMISO 23. CONDICIONES SOCIOLABORALES.**  
**COMPROMÍS 23. CONDICIONS SOCIOLABORALS.**

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C23. 1. Gastos salariales totales (salarios, pensiones y otras prestaciones e indemnizaciones por despido) desglosado por país o región. C23. 1. Despeses salarials totals (salaris, pensions i altres prestacions, i indemnitzacions per acomiadament) desglossats per país o regions.	EC1	Pág. 68
C23. 2. Relación entre el salario más bajo y el salario más alto de la plantilla. C23. 2. Relació entre el salari més baix / salari més alt de la plantilla.	LA13	Pág. 65
C23. 3. Relación entre el salario inicial de la empresa respecto al salario mínimo local de las regiones de trabajo. C23. 3. Relació entre el salari inicial de l'empresa respecte el salari mínim local de les regions de treball.	EC5	Pág. 68
C23. 4. Existencia de prestaciones sociales para el trabajador no exigidas por ley desglosadas por tipo de contrato (ej: seguros de vida, ayudas en la educación de los hijos, etc.). C23. 4. Existència de prestacions socials als treballadors no exigides per llei desglossades per tipus de contractació (ex. assegurances de vida, ajudes en l'educació dels fills,...).	LA3,EC3	Pág. 57 y 59
C23. 5. Porcentaje de trabajadores representados por organizaciones sindicales independientes y otros representantes responsables, desglosados geográficamente. O porcentaje de trabajadores incluidos en los convenios colectivos desglosados por regiones o países. C23. 5. Percentatge de treballadors representats per organitzacions sindicals independents i altres representants responsables, desglossats geogràficament. O percentatge de treballadors inclosos en els convenis col·lectius, desglossats per regions/països.	LA4	Pág. 74
C23. 6. Política y procedimientos de información, consulta y negociación con los trabajadores sobre los cambios en las operaciones de Consum. C23. 6. Política i procediments d'informació, consulta i negociació amb els treballadors sobre els canvis en les operacions de Consum.	LA5	Pág. 55

**COMPROMISO 24. CONCILIACIÓN DE LA VIDA PERSONAL Y LABORAL.**  
**COMPROMÍS 24. CONCILIACIÓ DE LA VIDA PERSONAL I LABORAL.**

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C24. 1. Existencia de medidas de conciliación trabajo-familia-ocio (reducción de jornada, flexibilidad horaria, etc.). C24. 1. Existència de mesures de conciliació treball-família-oci (reducció de jornada, flexibilitat horària,...)		Pág. 56
C24. 2. Porcentaje de personas que disfrutan de cada medida de conciliación trabajo-familia-ocio. C24. 2. Percentatge de persones que gaudeix de cada mesura de conciliació treball-família-oci.		Pág. 59

**COMPROMISO 25. DERECHOS HUMANOS.**  
**COMPROMÍS 25. DRETS HUMANS.**

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C25. 1. Relación pormenorizada de políticas, directrices, estructura corporativa, formaciones impartidas y procedimientos alrededor de los derechos humanos vinculados con las operaciones, así como los sistemas de seguimiento y sus resultados. C25. 1. Relació pormenoritzada de polítiques, directrius, estructura corporativa, formacions impartides i procediments al voltant dels drets humans vinculats a les operacions, així come els sistemes de seguiment i els seus resultats.	HR1,HR8	Pág. 11

C25. 2. Existencia de un apartado sobre los derechos humanos (rechazo al trabajo infantil y al trabajo forzoso y obligatorio, libertad de asociación, prohibición de la aceptación de sobornos, corrupción, etc.) dentro de la política de responsabilidad social. C25. 2. Existència d'un apartat envers els drets humans (rebuig al treball infantil i al treball forçós i obligatori, llibertat d'associació, prohibició de l'acceptació de soborns, corrupció, etc.) dintre de la política de responsabilitat social.	HR5,HR6,HR7, S02,S04	Pág. 11
C25. 3. Existencia de una política de libertad de asociación. C25. 3. Existència d'una política de llibertat d'associació.		Pág. 11

**COMPROMISO 26. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.**  
**COMPROMÍS 26. SATISFACCIÓ DEL CLIENT.**

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C26. 1. Existencia de una sistemática de valoración de la satisfacción de los clientes. C26. 1. Existència d'una sistemàtica de valoració de la satisfacció dels clients.	PR5	Pág. 81
C26. 2. Número de quejas de clientes registradas durante el año donde se determina la existencia en su origen de responsabilidad de la organización por cualquier naturaleza. C26. 2. Nombre de queixes de clients registrades durant l'any on es determina l'existència en el seu origen de responsabilitat de l'organització per qualsevol naturalesa.	PR4,PR5	Pág. 82
C26. 3. Existencia de un sistema que garantice la intimidad del cliente y especificar el número de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación a la privacidad y la fuga de datos personales de los clientes. C26. 3. Existència d'un sistema que garanteixi la intimitat del client i especificar nombre de reclamacions degudament fonamentades en relació a la privacitat i la fuga de dades personals dels clients.	PR8	Pág. 83
C26. 4. Coste de las sanciones por incumplimiento normativo en relación al suministro y uso de productos y servicios de la organización. C26. 4. Cost de les sancions per incompliment normatiu en relació al subministrament i us de productes i serveis de l'organització.	PR9	Pág. 83

**COMPROMISO 27. INTERCOOPERACIÓN.**  
**COMPROMÍS 27. INTERCOOPERACIÓ.**

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C27. 1. Número y tipología de actividades de cooperación realizadas con otras organizaciones. C27. 1. Nombre i tipologia d'activitats de cooperació realitzades amb altres organitzacions.	4.12	Pág. 86
C27. 2. Número de asociaciones sectoriales a las que pertenece la organización. C27. 2. Nombre d'associacions sectorials a les que pertany l'organització.	4.13	Pág. 88
C27. 3. Número de acciones o programas de cooperación interempresarial dentro del territorio. C27. 3. Nombre d'accions o programes de cooperació interempresarial dins el territori.	4.12	Pág. 88
C27. 4. Número de convenios de prácticas con entidades de formación del territorio. C27. 4. Nombre de convenis de pràctiques amb entitats de formació del territori.	4.12	Pág. 89

**Compromiso 28. Comunidad local.**  
**Compromís 28. Comunitat local.**

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C28. 1. Organización de actos sociales, culturales o solidarios y colaboraciones monetarias de cualquier otro tipo con los mismos. C28. 1. Organització d'actes socials, culturals o solidaris i col·laboracions monetàries o de qualsevol altre tipus amb els mateixos.	4.12,EC8,EC9	Pág. 86 y 87
C28. 2. Adaptación a la identidad cultural de los territorios donde actúa la organización. C28. 2. Adaptació a la identitat cultural dels territoris on actua l'organització.		Pág. 28 y 80
C28. 3. Existencia de actuaciones vinculadas a inversiones socialmente responsables. C28. 3. Existència d'actuacions vinculades a inversions socialment responsables.		N.A.
C28. 4. Descripción de políticas o sistemas de gestión / procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento dedicados a las contribuciones y a los instrumentos de presión política. C28. 4. Descripció de polítiques o sistemes de gestió/procediments, així com de mecanismes de compliment dedicats a les contribucions i els instruments de pressió política.	S05, S06	N.A.
C28. 5. Ayudas financieras significativas recibidas de los gobiernos C28. 5. Ajudes financeres significatives rebudes dels governs.	EC4	Pág. 70
C28. 6. Coste de las sanciones por incumplimiento normativo en relación a las leyes y regulaciones en el ámbito de la sociedad. C28. 6. Cost de les sancions per incompliment normatiu en relació a les lleis i regulacions en l'àmbit de la societat.	S08	Pág. 83

**Compromiso 29. Proveedores y empresas contratadas.**  
**Compromís 29. Proveïdors i empreses contractades.**

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C29. 1. Existencia de una declaración formal que exija a los proveedores y empresas contratadas un compromiso de gestión respetuosa con el medio ambiente y socialmente responsable. C29. 1. Existència d'una declaració formal que demani als proveïdors i empreses contractades un compromís de gestió respectuosa amb el medi i socialment responsable.	HR1, HR2	Pág. 29
C29. 2. Existencia de un sistema de evaluación de la responsabilidad social de los proveedores y empresas contratadas según unos criterios ambientales y sociales. C29. 2. Existència d'un sistema d'avaluació de la responsabilitat social dels proveïdors i empreses contractades segons uns criteris ambientals i socials.	HR2	Pág. 29
C29. 3. Porcentaje de empresas proveedoras y empresas contratadas homologadas / total de empresas evaluadas. C29. 3. Percentatge d'empreses proveïdores i empreses contractades homologades / total d'empreses avaluades.	HR2	Pág. 29
C29. 4. Consideración de criterios ambientales en la selección de productos. C29. 4. Consideració de criteris ambientals en la selecció de productes.		Pág. 28 y 29

**Compromiso 30. Competencia.**  
**Compromís 30. Competència.**

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
C30. 1. Existencia del compromiso de competencia leal con el mercado. C30. 1. Existència del compromís de competència lleial amb el mercat.	S07	Pág. 19
C30. 2. Número de denuncias por competencia desleal ganadas y perdidas. C30. 2. Nombre de denúncies per competència deslleial guanyats i perduts.	S07	Pág. 19



La presente Memoria de sostenibilidad de Consum S. Coop. V. ha sido elaborada de acuerdo con las directrices de la Guía de Elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI G3. Consum cubre en su informe de Responsabilidad Social Empresarial los requisitos asociados al Nivel A de aplicación de G3, el cual implica que cumple con las especificaciones asociadas al Nivel A de G3 en cuanto a Perfil, Enfoque de gestión e Indicadores de desarrollo.


Esta Memòria de Sostenibilitat de Consum S. Coop. V. ha sigut elaborada d'acord amb les directrius de la Guia d'Elaboració de Memòries de Sostenibilitat de GRI G3. Consum cobrix en el seu informe de Responsabilitat Social Empresarial els requisits associats al nivell A d'aplicació de G3, la qual cosa implica que complix les especificacions associades al Nivell A de G3 quant al perfil, l'enfocament de gestió i els indicadors de desenvolupament.

La presente Memoria de sostenibilidad de Consum S. Coop. V. ha sido elaborada de acuerdo con los Indicadores de los Principios de la Economía Social establecidos en el Manual especial para la Economía Social, Ciclo preparatorio para la elaboración de memorias de sostenibilidad GRI: Manual para organizaciones pequeñas y medianas, elaborado en el marco del Proyecto RSE.COOP.

Esta Memòria de Sostenibilitat de Consum S. Coop. V. ha sigut elaborada d'acord amb els indicadors dels principis de l'economia social que estableix el Manual especial per a l'economia social, cicle preparatori per a l'elaboració de memòries de sostenibilitat GRI: manual per a organitzacions xicotetes i mitjanes, elaborat en el marc del projecte RSE-COOP.

Consum autodeclara que cubre en su informe de Responsabilidad Social Empresarial los requisitos asociados al Nivel 1, ya que informamos de un 94% de los indicadores de la Economía Social definidos, incorporando como mínimo un indicador de cada principio.

Consum autodeclara que cobrix en el seu informe de Responsabilitat Social Empresarial els requisits associats al Nivell 1, ja que informem d'un 94% dels indicadors de l'economia social definits, incorporant com a mínim un indicador de cada principi.

	2002 In accordance	C	C+	B	B+	A	A+
Auto declarado Auto declarat							
Revisado por terceros Revisat per tercers							
Revisado por GRI Revisat per GRI							



Consum S.Coop. Valenciana  
Avenida Alginet 1, 46460 Silla (Valencia)  
Tel. 96 197 40 00 / Fax. 96 120 18 63  
[consumcooperativa@consum.es](mailto:consumcooperativa@consum.es)  
[www.consum.es](http://www.consum.es)