

07

MEMORIA
DE SOSTENIBILIDAD

MEMÒRIA
DE SOSTENIBILITAT



MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 07

MEMÒRIA DE SOSTENIBILITAT 07

ÍNDICE

Carta del Presidente, Antoni Llopis
Carta del Director General, Juan Luis Durich
Memoria de Sostenibilidad
Órganos de Representación y Gestión

01 Saber crecer es Contar Contigo / 14

Misión. Visión. Nuestros Valores
Nuestros Grupos de Interés
Impactos, Riesgos y Oportunidades de Sostenibilidad
Desarrollo Estratégico

02 Saber crecer es Evolucionar / 26

Las Cifras
Las Tiendas
Las Plataformas
Los Proveedores
El Producto
Marketing Responsable
Innovación

03 Saber crecer es Respetar / 42

Política y Gestión Ambiental
Apuesta por la Calidad
Seguridad Alimentaria

04 Saber crecer es Integrar / 56

La Plantilla
Conciliación de la Vida Personal y Profesional
Igualdad de Oportunidades
Condiciones Sociolaborales
Formación
Comunicación Interna
Seguridad y Salud Laboral

05 Saber crecer es Mejorar / 78

Un Gran Colectivo
Información al Consumidor
Satisfacción de los Socios Consumidores-Clientes
Tarjeta Consum

06 Saber crecer es Comprometerse / 88

Acción Social
Integración en el Entorno

07 Saber crecer es Estar Cerca / 92

Red de Tiendas

08 Indicadores de Sostenibilidad / 110

ÍNDEX

Carta del President, Antoni Llopis
Carta del Director General, Juan Luis Durich
Memòria de Sostenibilitat
Òrgans de Representació i Gestió

01 Saber créixer és Comptar Amb Tu / 14

Missió. Visió. Els Nostres Valors
Els nostres Grups d'Interés
Impactes, Riscos i Oportunitats de Sostenibilitat
Desenvolupament Estratègic

02 Saber créixer és Evolucionar / 26

Les Xifres
Les Tendes
Les Plataformes
Els Proveïdors
El Producte
Màrqueting Responsable
Innovació

03 Saber créixer és Respectar / 42

Política i Gestió Ambiental
Aposta per la Qualitat
Seguretat Alimentària

04 Saber créixer és Integrar / 56

La plantilla
Conciliació de la Vida Personal i Professional
Igualtat d'Oportunitats
Condicions Sociolaborals
Formació
Comunicació Interna
Seguretat i Salut Laboral

05 Saber créixer és Millorar / 78

Un Gran Col·lectiu
Informació al Consumidor
Satisfacció dels Socis Consumidors-Clients
Targeta Consum

06 Saber créixer és Comprometre's / 88

Acció Social
Integració en l'Entorn

07 Saber créixer és Estar Prop / 92

Xarxa de Tendes

08 Indicadors de Sostenibilitat / 110

Antoni Llopis i López

Presidente President



Es una satisfacción para mí hacer balance del segundo ejercicio en clave sostenible. El año pasado presentamos la primera Memoria de Sostenibilidad y queremos continuar en esta línea, volviendo a poner de manifiesto nuestro firme compromiso con un crecimiento equilibrado de la economía, la mejora de la sociedad y del medio ambiente. Somos una empresa comprometida y cooperadora, que trabaja con calidad y compromiso para cada comunidad en la que participamos.

Es un placer constatar con esta memoria el equilibrio conseguido entre una gestión responsable y los buenos resultados económicos y sociales que hemos alcanzado durante el 2007, y que pretendemos seguir manteniendo en el futuro.

Tras la integración de las dos redes comerciales que adquirimos a principios de ejercicio, que han supuesto un incremento importante tanto en tiendas como en trabajadores, hemos cerrado 2007 con unos resultados muy positivos, que nos sitúan entre las principales empresas del sector de la distribución comercial. Y este crecimiento ha ido de la mano de dos reconocimientos a nuestra Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que nos llenan

És una satisfacció per a mi fer balanç del segon exercici en clau sostenible. L'any passat vam presentar la primera Memòria de Sostenibilitat i volem continuar en esta línia, tornant a posar de manifest el nostre compromís ferm amb un creixement equilibrat de l'economia, la millora de la societat i del medi ambient. Som una empresa compromesa i cooperadora, que treballa amb qualitat i compromís per a cada comunitat en què participem.

És un plaer constatar amb esta memòria l'equilibri aconseguit entre una gestió responsable i els bons resultats econòmics i socials que hem aconseguit durant l'any 2007, i que pretenem continuar mantenint en el futur.

Després de la integració de les dues xarxes comercials que vam adquirir a començament d'exercici, i que han comportat un increment important tant en tendes com en treballadors, hem tancat 2007 amb uns resultats molt positius, que ens situen entre les principals empreses del sector de la distribució comercial. I este creixement ha anat de la mà de dos reconeixements a la nostra Responsabilitat Social Empresarial (RSE) que ens omplim d'orgull: el Certificat d'Empresa Familiarment Responsable i el Certificat RSE-Coop per a empreses d'economia social.

de orgullo: el Certificado de Empresa Familiarmente Responsable y el Certificado RSE-Coop para empresas de economía social.

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

Con nuestro crecimiento firme, constante y sostenible ayudamos a generar riqueza en todas las zonas donde la Cooperativa tiene presencia, gracias al esfuerzo de todos las personas trabajadoras que la componemos, a la confianza de nuestros socios y clientes, que con su participación activa, nos impulsan a seguir en esta línea para mejorar cada día, y a los proveedores, nuestros colaboradores en ofrecer productos y servicios de la mejor calidad.

Mi más sincero agradecimiento por vuestro apoyo y complicidad. Gracias.

Com a cooperativa orgullosa de la seua naturalesa, hem continuat la nostra trajectòria basada en un creixement sostenible, en el marc de la intercooperació i el foment de l'economia social, posant en marxa nombrosos projectes de col·laboració, que ens han ajudat a enfortir les relacions empresarials, i obrint noves vies cap al desenvolupament amb projectes socials.

Amb el nostre creixement ferm, constant i sostenible, ajudem a generar riquesa en totes les zones on la Cooperativa té presència, gràcies a l'esforç de totes les persones treballadores que la componem; a la confiança dels nostres socis i clients, que amb la seua participació activa ens impulsen a seguir en esta línia per a millorar cada dia; i als proveïdors, els nostres col·laboradors a oferir productes i servicis de la millor qualitat.

El meu agraïment més sincer pel vostre suport i la vostra complicitat. Gràcies.

Juan Luis Durich Esteras

Director General Director General



La Memoria de Sostenibilidad de 2007 continúa poniendo de manifiesto los valores que como cooperativa hemos abanderado a lo largo de toda nuestra trayectoria. En este informe reflejamos de forma objetiva nuestro compromiso con la economía, la sociedad y el medio ambiente. Como en el ejercicio anterior, hemos materializado, a través de indicadores concretos, la sostenibilidad de nuestra actividad.

El ejercicio 2007 ha sido de especial trascendencia, en primer lugar por haber superado con creces los objetivos marcados en nuestro plan estratégico, siendo muy positiva la valoración del período. En segundo lugar, por la incorporación de dos redes comerciales que han mejorado nuestra presencia, sobre todo en dos comunidades en las que ya teníamos un peso significativo, tanto en número de tiendas como en trabajadores, y nos felicitamos por ello. Hemos integrado con éxito más de un centenar de supermercados en un período de tiempo relativamente corto gracias al trabajo, la constancia y el saber hacer de los más de 9.200 profesionales que componemos esta organización. Tampoco nos olvidamos del respaldo de nuestros casi 900.000 Socios Consumidores-Clientes que, con su confianza en nuestros productos, son, sin duda, el mejor indicador de un trabajo bien hecho.

También es positivo constatar en el plano económico cómo las previsiones, tanto de ventas como de resultados, se han visto superadas, con una evolución muy positiva del crecimiento a superficie constante. Hemos cerrado el ejercicio 2007 con unas ventas que superan los 1.384,2 millones de euros, un 34% más que el ejercicio anterior, que, no está de más recordar, ya lo cerramos con muy buenos resultados. Sobre todo, hay que tener en cuenta el esfuerzo económico exigido por las operaciones estratégicas llevadas a cabo para mantener nuestros beneficios de forma proporcional, alcanzando la cifra de 20 millones de euros.

La Memòria de Sostenibilitat de 2007 continua posant de manifest els valors que com a cooperativa ens han guiat al llarg de tota la nostra trajectòria. En este informe reflectim de forma objectiva el nostre compromís amb l'economia, la societat i el medi ambient. Com en l'exercici anterior, hem materialitzat, a través d'indicadors concrets, la sostenibilitat de la nostra activitat.

L'exercici 2007 ha tingut una transcendència especial. En primer lloc, per haver superat amb escreix els objectius marcats en el nostre Pla Estratègic, de manera que és molt positiva la valoració del període. En segon lloc, per la incorporació de dues xarxes comercials que han millorat la nostra presència, sobretot en dues comunitats on ja teníem un pes significatiu, tant en nombre de tendes com en treballadors, i ens felicitem per això. Hem integrat amb èxit més d'un centenar de supermercats en un període de temps relativament curt gràcies al treball, la constància i el saber fer dels més de 9.200 professionals que componem esta organització. Tampoc ens oblidem del suport dels nostres quasi 900.000 socis consumidors-clients que, amb la seua confiança en els nostres productes són, sens dubte, el millor indicador d'un treball ben fet.

També és positiu constatar en el pla econòmic com les previsions, tant de vendes com de resultats, s'han vist superades, amb una evolució molt positiva del creixement a superfície constant. Hem tancat l'exercici 2007 amb unes vendes que superen els 1.384,2 milions d'euros, un 34% més que l'exercici anterior, exercici que, no serà sobrer recordar, ja vam tancar amb molt bons resultats. Sobretot, cal tindre en compte l'esforç econòmic exigít per les operacions estratègiques portades a terme per a mantindre els nostres beneficis de forma proporcional, que han assolit la xifra de 20 milions d'euros.

El alto grado de desarrollo y ejecución de las políticas contenidas en el Plan Estratégico son, sin duda, factores clave que han impulsado tanto la autoestima de la organización, como la confianza en el proyecto de futuro que diseñamos. Este año hemos modernizado numerosos puntos de venta y extendido el nuevo modelo de supermercado –amplio, cómodo y didáctico para el cliente, con información saludable– por todo el arco mediterráneo.

Además, en el plano comercial, hay que destacar que hemos alcanzado un número significativo de productos de marca propia, con más de 1.000 referencias, y el lanzamiento de nuestra marca propia para alimentos frescos: Consum Nature. Un sello de calidad y garantía que traslada nuestra exigencia a las categorías de carnes y pescados.

Por último, y no menos importante, junto a la intensa actividad empresarial del período, hemos llevado a cabo importantes avances en el área social mejoras salariales, distribución de resultados, organización del trabajo, nuevas medidas para favorecer la conciliación laboral y familiar, etc. Además, junto a estas mejoras, cabe destacar la centralización de la gestión en las nuevas oficinas de Silla, que sin duda, ha aumentado la implicación de los socios con el proyecto. Todas estas iniciativas se han sumado a nuestra larga trayectoria de mejoras sociolaborales haciéndonos valedores del Certificado de Empresa Familiarmente Responsable, siendo la primera empresa de distribución comercial que lo ha obtenido a nivel nacional.

Con la buena evolución del ejercicio, afrontaremos llenos de ilusión los nuevos retos del año 2008.

L'alt grau de desenvolupament i d'execució de les polítiques contingudes en el Pla Estratègic són, sens dubte, uns factors clau que han impulsat tant l'autoestima de l'organització, com la confiança en el projecte de futur que dissenyem. Enguany hem modernitzat nombrosos punts de venda i hem estès el nou model de supermercat –ampli, còmode i didàctic per al client, amb informació saludable– per tot l'Arc Mediterrani.

A més, en el pla comercial, cal destacar que hem assolit un nombre significatiu de productes de marca pròpia, amb més de 1.000 referències, i el llançament de la nostra marca pròpia per a aliments frescos, Consum Nature. Un segell de qualitat i garantia que trasllada la nostra exigència a les categories de carns i peixos.

Finalment, i no menys important, al costat de la intensa activitat empresarial del període hem portat a terme avanços importants en l'àrea social: millores salarials, distribució de resultats, organització del treball, noves mesures per a afavorir la conciliació laboral i familiar, etc. A més, juntament amb estes millores, cal destacar la centralització de la gestió en les noves oficines de Silla, que, sens dubte, ha augmentat la implicació dels socis amb el projecte. Totes estes iniciatives s'han sumat a la nostra llarga trajectòria de millores sociolaborals i ens han fet valedors del Certificat d'Empresa Familiarment Responsable, la primera empresa de distribució comercial que l'ha obtingut a nivell nacional.

Amb la bona evolució de l'exercici, afrontarem plens d'il·lusió els nous reptes de l'any 2008.



Nuestra **Memoria de Sostenibilidad**

La Nostra **Memòria de Sostenibilitat**

Esta memoria de sostenibilidad de carácter anual, corresponde al ejercicio económico 2007 de Consum, comprendido entre el 1 de febrero de 2007 y el 31 de enero de 2008, y continúa la línea marcada por la del ejercicio precedente, 2006, que fue 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 2007, así como todos los impactos económicos, ambientales y sociales de la organización.

Las técnicas de medida para obtener los indicadores de desarrollo se corresponden con las fijadas por los protocolos de Global Reporting Initiative (GRI) para empresas de economía social y son homogéneos y sostenidos en el tiempo. Asimismo, la información que facilitamos es homogénea y perfectamente 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.

Es una satisfacción para Consum la obtención durante este año del certificado de Empresa Familiarmente Responsable (EFR), distinción concedida por la Fundación +Familia, avalada por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y por la Conselleria de Bienestar Social de la Generalitat Valenciana. El EFR reconoce a las empresas que han incorporado un sistema integral de gestión de la Responsabilidad Social, especialmente en el ámbito de la Conciliación Empresa-Persona. Este certificado es el único que se audita por una tercera empresa certificadora externa.

Otro de los reconocimientos a las políticas de Responsabilidad Social de Consum es el Certificado RSE-Coop, obtenido en el mes de noviembre de manos de la Consellera de Treball de la Generalitat de Catalunya. El certificado, acredita a la Cooperativa como empresa socialmente responsable y se enmarca en el Programa RSE-Coop, la Responsabilidad Social de las Empresas en la Economía Cooperativa.

Esta memòria de sostenibilitat de caràcter anual, correspon a l'exercici econòmic 2007 de Consum, comprés entre l'1 de febrer del 2007 i el 31 de gener del 2008, i continua la línia marcada per la de l'exercici precedent, 2006, que va ser 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: Comunitat Valenciana, Catalunya, Múrcia, Castella-la Manxa, Andalusia i Aragó. També recull l'activitat social de la Cooperativa de l'exercici 2007, a més de tots els impactes econòmics, ambientals i socials de l'organització.

Les tècniques de mesura per a obtenir els indicadors de desenvolupament es corresponen amb les fixades pels protocols de Global Reporting Initiative (GRI) per a empreses d'economia social, i són homogenis i sostinguts en el temps. Així mateix, la informació que facilitem és homogeniament i perfectament 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.

És una satisfacció per a Consum l'obtenció enguany del certificat d'Empresa Familiarment Responsable (EFR), distinció concedida per Fundació +Familia, avalada pel Ministeri de Treball i Afers Socials i per la Conselleria de Benestar Social de la Generalitat Valenciana. L'EFR reconeix les empreses que han incorporat un sistema integral de gestió de la Responsabilitat Social, especialment en l'àmbit de la Conciliació Empresa-Persona. Este certificat és l'únic que s'audita per una tercera empresa certificadora externa.

Un altre dels reconeixements a les polítiques de Responsabilitat Social de Consum és el Certificat RSE-Coop, obtingut al mes de novembre de mans de la Consellera de Treball de la Generalitat de Catalunya. El certificat acredita la Cooperativa com a empresa socialment responsable i s'emmarca en el Programa RSE-Coop, la Responsabilitat Social de les Empreses en l'Economia Cooperativa.

Órganos de Representación y Gestión

Òrgans de Representació i Gestió

Miembros del Consejo Rector
Membres del Consell Rector



CONSEJO RECTOR CONSELL RECTOR

Presidente **President**
Antoni Llopis i López
Vicepresidenta **Vicepresidenta**
Teresa Caballer Sancho
Secretaria **Secretària**
M^a Isabel Moreno Gil
Vicesecretaria **Vicesecretària**
Lourdes Brugera Moreno
Vocales **Vocals**
María Esteve Royo, María Isabel Gil Soler, Ana Llácer Rodrigo, Jose M^a Planells Ortí, Ana Martínez Monsálvez, José Faus Català, Juan Vicente Ríos Mascarell, Juan José Damià Albert

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

COMITÉ SOCIAL COMITÉ SOCIAL

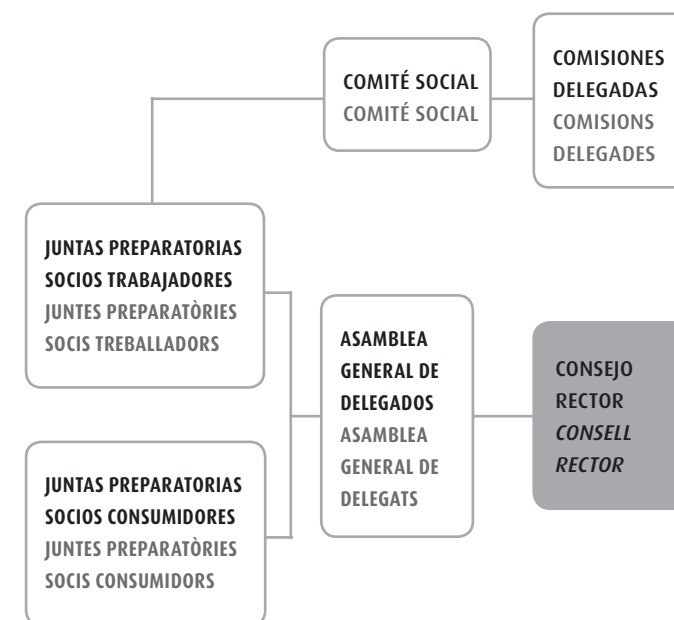
PRESIDENTA **PRESIDENTA**
María Sánchez Alcaraz
VICEPRESIDENTA **VICEPRESIDENTA**
Inmaculada Costa Hernández
Secretaria **Secretària**
Josefa Gómez Carricondo
Vocales **Vocals**
Vicent Ramón Nàcher Sánchez, Antonio Munera Villar, Vicente Gimeno San Bernardo, Teófilo Lozano García, Beatriz Mas Tarazona, Fco. Javier Molla González, Fco. José Carabal Fayos, José Luis Marí Corella, Cristobal Moreno Rubio, Javier Fco. Llorente Vinal, M^a Rosario Romero Linares, Antonia García Doncel, Olga Domínguez Jiménez.



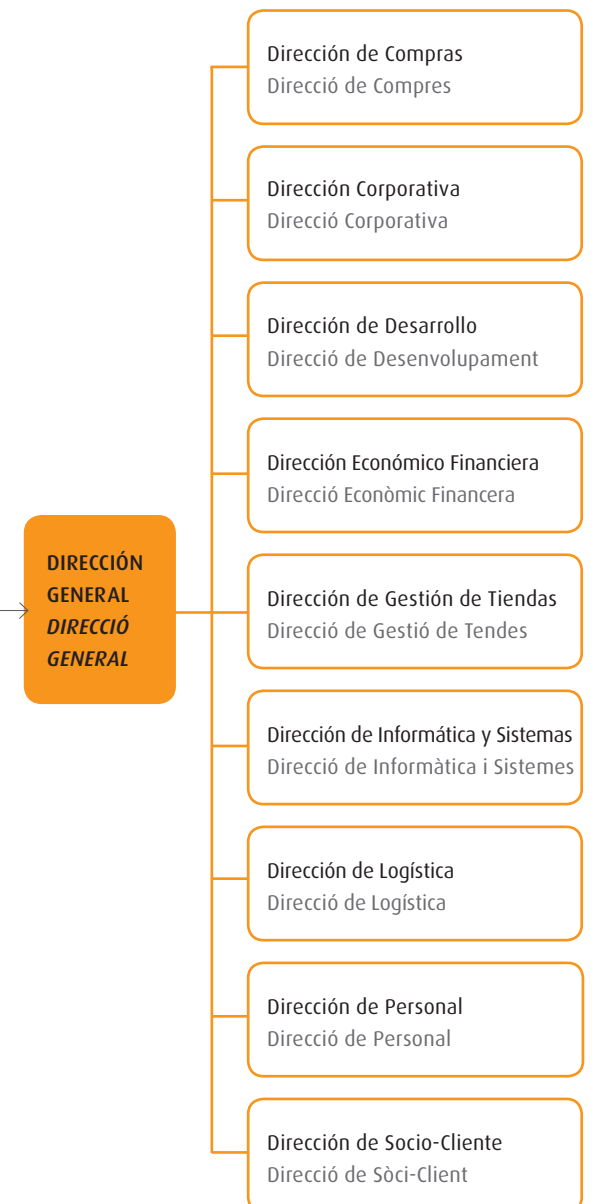
Organigrama de la **Cooperativa Consum**

Organigrama de la **Cooperativa Consum**

ORGANIZACIÓN SOCIAL ORGANITZACIÓ SOCIAL



ORGANIZACIÓN DE LA GESTIÓN ORGANITZACIÓ DE LA GESTIÓ



1

Saber Crecer **es Contar Contigo**
Saber Créixer **és Comptar Amb Tu**

Misión. Visión. Nuestros Valores
Nuestros Grupos de Interés
Impactos, Riesgos y Oportunidades de Sostenibilidad
Desarrollo Estratégico

Missió. Visió. Els Nostres Valors
Els Nostres Grups d'Interés
Impactes, Riscos i Oportunitats de Sostenibilitat
Desenvolupament Estratègic



Consum es una cooperativa constituïda por socias y socios trabajadores y socias y socios consumidores-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 tres décadas de trabajo bien hecho hemos creado más de 9.290 empleos de calidad, generando riqueza en las zonas en las que estamos implantados: Cataluña, Comunidad Valenciana, Murcia, Castilla-La Mancha, Andalucía y Aragón.

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 y así consta en el “Plan estratégico 2005-2007”. En el mismo texto se recoge nuestra visión como la voluntad de 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.

Consum és una cooperativa constituïda per socis i sòcies treballadors i socis i sòcies consumidors-clients, que desenvolupa la seua activitat dins del 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 tres dècades de treball ben fet hem creat més de 9.290 llocs de treball de qualitat, i hem generat riquesa a les zones on estem implantats: Catalunya, Comunitat Valenciana, Múrcia, Castella-la Manxa, Andalusia i Aragó.

LA NOSTRA MISSIÓ, LA NOSTRA VISIÓ I ELS NOSTRES VALORS

La missió de Consum és satisfer les necessitats de consum de tots els nostres socis i clients mitjançant la seua participació activa en les decisions tant comercials com socials, tal com consta en el “Pla Estratègic 2005-2007”. En el mateix text es recull la nostra visió com la voluntat de 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 a promoure la participació activa del soci consumidor-client, la millora contínua 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 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 una 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 voluntad 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 garanteix 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 mitjançant 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 defineix 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 d'una altra naturalesa, que directament o indirectament promoga el treball infantil obligatori i forçós, i donem suport a 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 entre los que promovemos la comunicación y la interacción. Estos grupos a quienes dirigimos la 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 2007 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, entre els quals promovem la comunicació i la interacció. Estos grups d'interés, als quals va dirigida esta memòria, són els nostres socis treballadors, els socis consumidors-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 2007 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. Efectuem enviaments periòdics de les publicacions "Entrenosaltres" i "BIS", cartells d'ofertes, convocatòries d'activitats de formació i informació puntual de les obertures, reformes o tancaments de les tendes, entre d'altres. A més, amb caràcter presencial es promouen reunions de centre, Junes de socis, Comissions Delegades, presentació de nous projectes o contactes per a afavorir una àmplia xarxa de relacions comercials.

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 el 2007, y debido a cuestiones organizativas tras la integración de las dos nuevas redes comerciales, hemos propuesto trasladar a 2008 el plazo para realizar el informe sobre clima laboral -que se realiza cada dos años-, entre las socias y socios trabajadores.

Para los socios consumidores-clientes y clientes, hemos realizado el estudio anual que nos permite recoger su opinión y que, en 2007, nos otorgan una valoración de 8,1 en una escala de diez puntos, dato similar al obtenido en el estudio del 2006.

Para la valoración de nuestros proveedores, tenemos los resultados de un estudio realizado por Advantage Group, entre 30 empresas de fabricantes de productos y 14 de distribución. La valoración que hacen los fabricantes de Consum en lo relativo a relaciones de negocio, personal, organización, gestión y desarrollo de categorías y procesos en la cadena de suministros, entre otros, nos sitúa en el cuarto puesto del ranking de las 14 empresas de distribución estudiadas.

Respecto a las entidades, no disponemos de datos objetivos de 2007. Está previsto realizar en 2008 una valoración, enmarcada en un plan de mejora basado en realizar un estudio acerca de la interlocución que registramos con cada uno de los grupos de interés para ampliarla aún más.

Valorar la satisfacció dels grups d'interés esdevé un objectiu fonamental per a continuar projectant el futur. En este sentit, tenim una programació de realització d'estudis que ens traslladen el grau de satisfacció dels productes i servicis.

En 2007, i a causa de qüestions organitzatives després de la integració de les dues noves xarxes comercials, hem proposat traslladar a l'any 2008 el termini per a efectuar l'informe sobre clima laboral -que s'elabora cada dos anys-, entre els socis i sòcies treballadors.

Per als socis consumidors-clients i clients, hem fet l'estudi anual que ens permet recollir la seua opinió i que, en 2007, ens atorguen una valoració de 8,1 en una escala de deu punts, dada semblant a l'obtinguda en l'estudi de 2006.

Per a la valoració dels nostres proveïdors, tenim els resultats d'un estudi elaborat per Advantage Group entre 30 empreses de fabricants de productes i 14 de distribució. La valoració que fan els fabricants de Consum quant a relacions de negoci, personal/organització, gestió i desenvolupament de categories i processos en la cadena de subministraments, entre d'altres, ens situa en el quart lloc del rànquing de les 14 empreses de distribució estudiades.

Respecte de les entitats, no disposem de dades objectives de 2007. Està previst fer-ne una valoració en 2008, emmarcada en un pla de millora basat a efectuar un estudi sobre la interlocució que registrem amb cada un dels grups d'interés per a ampliar-la encara més.

LAS PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTUACIÓN SE DESARROLLAN EN EL MARCO DE REFERENCIA DE LA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL. LES PRINCIPALS LINIES D'ACTUACIÓ ES DESENVOLUPEN EN EL MARC DE REFERÈNCIA DE LA POLITICA DE RESPONSABILITAT SOCIAL.





APOSTAMOS POR LA EXPANSIÓN DE CONSUM, MANTENIENDO NUESTRO MODELO DE ORGANIZACIÓN COOPERATIVA. APOSTEM PER L'EXPANSIÓ DE CONSUM, MANTENINT EL NOSTRE MODEL D'ORGANITZACIÓ COOPERATIVA.



DESCRIPCIÓN DE LOS PRINCIPALES IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES DE SOSTENIBILIDAD

Las principales líneas de actuación de la Cooperativa Consum en relación con los grupos de interés se desarrollan en el marco de referencia de la Política de Responsabilidad Social.

Desde el punto de vista económico, el Consejo de Dirección, dentro de la perspectiva estratégica definida, analiza periódicamente los riesgos económicos de nuestra organización, aprobando un plan de inversiones y gastos con criterios de rentabilidad y oportunidad que permitan planificar y abordar proyectos a corto, medio y largo plazo.

En este sentido, los principales riesgos que observamos son los comunes a todo el sector de la distribución comercial, pero estamos satisfechos de nuestra evolución ya que los datos que presentamos del ejercicio económico 2007 manifiestan una adecuada posición de nuestra organización en materia de sostenibilidad económica y una correcta proyección de crecimiento en el futuro.

Analizando el sector, su evolución en el tiempo, y el desarrollo económico de la Cooperativa, nos encontramos en condiciones de garantizar la sostenibilidad de Consum, en base a continuar ofreciendo nuevos productos y servicios a nuestros socios y clientes, a consolidar nuestra red de supermercados propios, y a fortalecer la red de franquiciados, contando con la colaboración leal de los proveedores, con los que compartimos valores.

DESCRIPCIÓ DELS IMPACTES, ELS RISCOS I LES OPORTUNITATS PRINCIPALS DE SOSTENIBILITAT

Les principals línies d'actuació de la Cooperativa Consum en relació amb els grups d'interès es desenvolupen en el marc de referència de la Política de Responsabilitat Social.

Des del punt de vista econòmic, el Consell de Direcció, dins de la perspectiva estratègica definida, analitza periòdicament els riscos econòmics de la nostra organització i aprova un pla d'inversions i despeses amb criteris de rendibilitat i oportunitat que permeten planificar i abordar projectes a curt, a mitjà i a llarg termini.

En este sentit, els principals riscos que observem són els comuns a tot el sector de la distribució comercial, però estem satisfets de la nostra evolució ja que les dades que presentem de l'exercici econòmic 2007 manifesten una posició adequada de la nostra organització en matèria de sostenibilitat econòmica i una projecció correcta de creixement en el futur.

Si analitzem el sector, la seua evolució en el temps i el desenvolupament econòmic de la Cooperativa, ens trobem en condicions de garantir la sostenibilitat de Consum, sobre la base de continuar oferint nous productes i servicis als nostres socis i clients, de consolidar la nostra xarxa de supermercats propis i d'enfortir la xarxa de franquiciats, comptant amb la col·laboració lleial dels proveïdors, amb els quals compartim valors.



Objetivos económicos para el 2008:

- Consolidar y mejorar de la red de supermercados propios, así como la red de tiendas franquiciadas.
- Fortalecer los lazos con nuestros proveedores locales e impulsar el desarrollo económico local.
- Consolidar el Sistema Gestión de Personal y Nóminas.
- Potenciar el valor Innovación / Ampliar referencias de nuevos productos de marca propia.

Los elementos que componen el principal impacto medioambiental de nuestra organización respecto a los grupos de interés se centran en el control de la gestión de los recursos naturales, principalmente agua y energía, así como en la correcta gestión de los residuos que generamos en nuestra actividad. El transporte y las actividades productivas se realizan a través de empresas externas a nuestra organización.

La mejora de rendimientos y el ahorro de recursos son los objetivos clave de actuación en la actualidad, y se consolidan y refuerzan con el compromiso de iniciar nuevos ámbitos de actuación en materia de gestión medioambiental que permitan ampliar y mejorar el impacto medioambiental de nuestra actividad.

Objetivos medioambientales para el 2008:

- Implantar el Plan de Gestión de residuos 2008.
- Eliminar las sanciones por aspectos medioambientales.
- Optimizar la gestión de residuos críticos de todas nuestras plataformas.
- Reducir el consumo energético y mejorar su rendimiento en nuestros puntos de venta.
- Potenciar la compra de productos eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables.

Objectius econòmics per a l'any 2008:

- Consolidar i millorar la xarxa de supermercats propis, així com la xarxa de tendes franquiciades.
- Enfortir els llaços amb els nostres proveïdors locals i impulsar el desenvolupament econòmic local.
- Consolidar el Sistema de Gestió de Personal i Nòmines
- Potenciar el valor Innovació / Ampliar referències de nous productes de marca pròpia

Els elements que componen el principal impacte mediambiental de la nostra organització respecte dels grups d'interès se centren en el control de la gestió dels recursos naturals, principalment l'aigua i l'energia, així com en la gestió correcta dels residus que generem en la nostra activitat. El transport i les activitats productives es realitzen a través d'empreses externes a la nostra organització.

La millora dels rendiments i l'estalvi de recursos són els objectius clau d'actuació en l'actualitat, i es consoliden i es reforcen amb el compromís d'iniciar nous àmbits d'actuació en matèria de gestió mediambiental que permeten ampliar i millorar l'impacte mediambiental de la nostra activitat.

Objectius mediambientals per a l'any 2008:

- Implantar el Pla de Gestió de Residus 2008.
- Eliminar les sancions per aspectes mediambientals.
- Optimar la gestió de residus crítics de totes les nostres plataformes.
- Reduir el consum energètic i millorar el seu rendiment en els nostres punts de venda.
- Potenciar la compra de productes eficients en el consum d'energia o basats en energies renovables.

En el ámbito social, y derivado del desarrollo de nuestra actividad identificamos impactos positivos tales como la generación, en nuestra zona de actuación, de actividad económica y la creación y conservación de empleo de calidad de las personas que trabajan en la cooperativa.

Por otra parte, fieles a nuestra misión de solucionar las necesidades de consumo de nuestros socios y clientes, continuaremos ofreciendo productos y servicios de calidad, fomentando su participación activa, tanto en aspectos comerciales como sociales.

Hemos identificado como objetivo de mejora, la oportunidad de conocer más en profundidad las necesidades de estos grupos de interés. Por ello nos proponemos realizar un estudio de la interlocución que registramos con cada uno de ellos, al objeto de intensificar aún más las comunicaciones y ampliar las posibilidades de intercambio.

Objetivos sociales para el 2008:

- Profundizar en el conocimiento de las necesidades de nuestros grupos de interés.
- Mantener el ratio de horas de formación de nuestras socias y socios de trabajo y de nuestros trabajadores no socios, aumentando el porcentaje de personas que participan en los programas formativos, y favorecer así su desarrollo profesional.
- Emprender acciones formativas a largo plazo para facilitar el acceso de las mujeres a puestos directivos.

De acuerdo con nuestra trayectoria y planteamientos, no observamos en este sentido riesgos especiales. El Consejo de Dirección y el Consejo Rector evalúan de forma permanente los riesgos derivados de la sostenibilidad en nuestra organización, tomando las medidas necesarias para su seguimiento y control. Apostamos por la expansión de Consum, manteniendo nuestro modelo de organización cooperativa.

En l'àmbit social, i derivat del desenvolupament de la nostra activitat identifiquem impactes positius com ara la generació d'activitat econòmica en la nostra zona d'actuació i la creació i conservació d'ocupació de qualitat de les persones que treballen en la Cooperativa.

D'altra banda, fidels a la nostra missió de solucionar les necessitats de consum dels nostres socis i clients, continuarem oferint productes i servicis de qualitat i fomentant la seua participació activa, tant en aspectes comercials com en socials.

Hem identificat, com un objectiu de millora, l'oportunitat de conèixer més en profunditat les necessitats d'estos grups d'interès. Per això ens proposem elaborar un estudi de la interlocució que registrem amb cada un d'ells, a fi d'intensificar encara més les comunicacions i ampliar les possibilitats d'intercanvi.

Objectius socials per a l'any 2008:

- Aprofundir en el coneixement de les necessitats dels nostres grups d'interès.
- Mantindre la ràtio d'hores de formació dels nostres socis i sòcies de treball i dels nostres treballadors no socis, augmentant el percentatge de persones que participen en els programes formatius, per afavorir així el seu desenvolupament professional.
- Emprendre accions formatives a llarg termini per facilitar l'accés de les dones a llocs directius.

D'acord amb la nostra trajectòria i els nostres plantejaments, no observem en este sentit riscos especials. El Consell de Direcció i el Consell Rector avaluen de forma permanent els riscos derivats de la sostenibilitat en la nostra organització i prenen les mesures necessàries per al seu seguiment i el seu control. Apostem per l'expansió de Consum, mantenint el nostre model d'organització cooperativa.



DESARROLLO ESTRATÉGICO

El ejercicio 2007 ha marcado el fin de nuestro Plan Estratégico 2005-2007. Los tres ejes fundamentales de nuestro Plan Estratégico han sido la fórmula comercial, en la que hemos definido nuestro modelo de gestión del punto de venta; el socio-cliente, para el que hemos consolidado el Programa de Interés Entrenosotros; y el modelo socio-laboral, dirigido a mejorar la calidad de vida de nuestros trabajadores. Estamos muy satisfechos con la evolución del negocio en este trienio, ya que además de cumplir lo previsto, nos hemos adelantado un año, con unas ventas superiores a las previsiones para el cierre de 2007. El ejercicio 2008 será un año de consolidación y asentamiento de todos los proyectos emprendidos, y dejamos para el 2009 el inicio del nuevo plan estratégico.

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.

La Dirección General cuenta con diversos Comités de trabajo interdepartamentales que le apoyan en la definición de las estrategias importantes para la Cooperativa, así como en la operatoria de la aplicación de las actuaciones que de ello se derivan. En estos Comités de trabajo se encuentran representados el 18% de todos los mandos susceptibles de participar en ellos.

DESENVOLUPAMENT ESTRATÈGIC

L'exercici 2007 ha marcat la fi del nostre Pla Estratègic 2005-2007, basat en tres eixos fonamentals: la fórmula comercial, en la qual hem definit el nostre model de gestió del punt de venda; el soci-client, per al qual hem consolidat el Programa d'Interés Entrenosotros; i el model sociolaboral, dirigit a millorar la qualitat de vida dels nostres treballadors. Estem molt satisfets amb l'evolució del negoci en este trienni, ja que a més de complir el que havíem previst, ens hem avançat un any, amb unes vendes superiors a les previsions per al tancament de 2007. L'exercici 2008 serà un any de consolidació i assentament de tots els projectes empresos, i deixarem per a 2009 l'inici del nou pla estratègic.

En Consum, el procés de consecució d'objectius es fa a través 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 recull en l'aplicació COPLAN.

La Direcció General disposa de diversos Comitès de treball interdepartamentals que li prestin suport en la definició de les estratègies importants per a la Cooperativa, així com en l'operatoria de l'aplicació de les actuacions que se'n deriven. En estos comitès de treball es troben representats el 18% dels quadres susceptibles de participar-hi.

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.

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 es muy satisfactorio destacar que Consum no cuenta con ninguna denuncia por competencia desleal.

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, per facilitar així 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 d'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 eina que permet comparar la marxa econòmica de l'exercici respecte de l'índex previst, elaborat normalment a l'inici del període.

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, així com una definició precisa del mapa dels competidors en l'àmbit de la nostra zona d'implantació. Són dos aspectes que estudiem i avaluem regularment.

Les nostres actuacions comercials són sempre lleials amb el mercat; respectem en tot moment les seues regles i renunciem de forma conscient a l'exercici de qualsevol activitat que pugui ser considerada competència deslleial. Per vetlar per estos aspectes, des del departament Jurídic de Consum s'avalua la possible existència d'actuacions deslleials. Gràcies a esta faena, és molt satisfactori destacar que Consum no té cap denúncia per competència deslleial.



2

Saber Crecer **es Evolucionar**
Saber Créixer **és Evolucionar**

Las Cifras
Las Tiendas
Las Plataformas
Los Proveedores
El Producto
Marketing Responsable
Innovación

Les Xifres
Les Tendes
Les Plataformes
Els Proveïdors
El Producte
Màrqueting Responsable
Innovació



LAS CIFRAS

Durante el ejercicio 2007, Consum ha continuado su ritmo de crecimiento sostenido, materializado en un crecimiento de las ventas con una facturación que ha alcanzado los 1.384,2 millones de euros, lo que representa un incremento del 34% con respecto al ejercicio anterior. Además, otro buen dato positivo es que hemos superado con creces los resultados previstos en nuestro Plan de Gestión, manteniendo unos beneficios de 20 millones de euros, tras la adquisición de las redes de Dinosol, Caprabo y Sabeco. De estos resultados, tanto los socios consumidores como los socios trabajadores se reparten 6’3 millones de euros en concepto de retribución a su capital social (intereses), y los socios trabajadores se reparten aproximadamente el 75%, de los resultados cooperativos, que ha ascendido a 9,2 millones de euros.

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 74,9% sobre el total del excedente (beneficio de la cooperativa). Respecto al porcentaje sobre el pasivo, el 7% corresponde a fondos colectivos o no repartibles. El importe total pagado a los proveedores de capital (en entidades financieras y socios, principalmente trabajadores) ha sido de 23 millones de euros.

La 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 2007 que asciende a 2,5 millones de euros, no hace más que reforzar esta idea de contribución al progreso de la sociedad.

En 2007 se han acometido inversiones que ascienden a 250,7 millones de euros, centradas principalmente en la ampliación y adecuación de la red de tiendas a los estándares de calidad de Consum así como en la adquisición de las nuevas redes de supermercados de Dinosol, Caprabo y Sabeco.

Millones de euros Millions d’euros	
Ventas / Vendes	
2007	1.384,2
2006	1.034,7
2005	862,6
2004	765,0
2003	739,4

Millones de euros Millions d’euros	
Resultados / Resultats	
2007	20
2006	22,3
2005	18,3
2004	15,1
2003	13,5

Millones de euros Millions d’euros	
Inversiones Brutas / Inversions Brutes	
2007	250,7
2006	99,3
2005	57,6
2004	54,9
2003	62,4

LES XIFRES

Durant l’exercici 2007, Consum ha continuat el seu ritme de creixement sostingut, materialitzat en un creixement de les vendes amb una facturació que ha aconseguit els 1.384,2 milions d’euros, xifra que representa un increment del 34% respecte de l’exercici anterior. A més, una altra bona dada positiva és que hem superat amb escreix els resultats previstos en el nostre Pla de Gestió, mantenint uns beneficis de 20 milions d’euros, després de l’adquisició de les xarxes de Dinosol, Caprabo i Sabeco. D’estos resultats, tant els socis consumidors com els socis treballadors es repartixen 6,3 milions d’euros en concepte de retribució al seu capital social (interessos), i els socis treballadors es repartixen aproximadament el 75% dels resultats cooperatius, que han arribat als 9,2 milions d’euros.

D’estos resultats, després de descomptar-ne els interessos del capital dels socis treballadors i consumidors, a més del Fons de Formació i Promoció Cooperativa, se n’obté l’excedent. El percentatge assignat directament als socis treballadors de Consum s’ha situat en el 74,9% sobre el total de l’excedent (benefici de la Cooperativa). Respecte del percentatge sobre el passiu, el 7% correspon a fons col·lectius o no repartibles. L’import total pagat als proveïdors de capital (entitats financeres i socis, principalment treballadors) ha sigut de 23 milions d’euros.

La bona evolució de l’activitat de Consum comporta uns 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 2007, que és de 2,5 milions d’euros, no fa més que reforçar esta idea de contribució al progrés de la societat.

En 2007 s’han efectuat inversions que ascendixen a 250,7 milions d’euros, centrades principalment en l’ampliació i l’adequació de la xarxa de tendes als estàndards de qualitat de Consum, així com en l’adquisició de les noves xarxes de supermercats de Dinosol, Caprabo i Sabeco.



Plantilla / Plantilla	
2007	9.290
2006	6.545
2005	5.870
2004	5.447
2003	5.245

Socios Consumidores-Clientes / Soci Consumidors-Clients	
2007	860.885
2006	551.300
2005	280.000
2004	229.020
2003	209.000

LAS TIENDAS

2007 ha sido un año de gran crecimiento. Consum ha reforzado su liderazgo mediterráneo con la adquisición de 52 supermercados y una plataforma a la empresa Dínosol en Cataluña, otros 60 centros más y otra plataforma a Caprabo situados en la Comunidad Valenciana, Murcia, Castilla-La Mancha y Andalucía. También en 2007 Consum adquiere 3 supermercados Sabeco en Valencia y siguiendo con la línea de expansión de la red comercial hemos abierto 18 nuevos puntos de venta de las Enseñas Consum y Consum Basic. Con estas aperturas, la cooperativa cuenta en total con 568 supermercados en todo el arco mediterráneo, 432 supermercados propios más 136 franquiciados.

En cuanto a reformas, 17 tiendas han cambiado de enseña pasando a supermercados Consum Basic Nuevo Modelo. Con este modelo en autoservicio a los clientes se les simplifica la compra diaria teniendo asegurada la frescura y la calidad que nuestra organización ofrece.

Igualmente, se han acometido las ampliaciones de 7 tiendas mejorando y adecuando sus instalaciones.

No sólo ha sido importante la inversión realizada en la compra de los activos de estas sociedades sino que se ha efectuado una inversión importante en la adaptación de las tiendas de las nuevas adquisiciones: se han adaptado todos los centros a la imagen de la Cooperativa tanto en interiores como exteriores, así como en los cestas y carros de compra. Igualmente se ha incorporado

LES TENDES

2007 ha sigut un any de gran creixement. CONSUM ha reforçat el seu lideratge al Mediterrani amb l'adquisició de 52 supermercats i una plataforma a l'empresa Dinosol a Catalunya, i de 60 centres més i una altra plataforma a Caprabo situats a la Comunitat Valenciana, Múrcia, Castella-la Manxa i Andalusia. També en 2007 Consum ha adquirit tres supermercats Sabeco a València i, continuant amb la línia d'expansió de la xarxa comercial, hem obert 18 nous punts de venda de les ensenyes Consum i Consum Basic. Amb estes obertures, la Cooperativa té en total 568 supermercats en tot l'Arc Mediterrani, 432 supermercats propis més 136 de franquiciats.

Quant a les reformes, 17 tendes han canviat d'enseny a i han passat a supermercats Consum Basic Nou Model. Amb este model en auto-servici, als clients se'ls simplifica la compra diària i tenen assegurada la frescor i la qualitat que la nostra organització ofereix.

Igualment, s'han escor més les ampliacions de 7 tendes per millorar i adequar les seues instal·lacions.

No solament ha sigut important la inversió feta en la compra dels actius d'estes societats, sinó que s'ha efectuat una inversió important en l'adaptació de les tendes de les noves adquisicions: s'han adaptat tots els centres a la imatge de la Cooperativa, tant en interiors com en exteriors, així com en les cistelles i els carros de compra. Igualment s'ha incorporat la secció de forn de cocció de

la sección de horno de cocción de pan en 28 centros para poder ofrecer pan caliente en estas tiendas durante el horario de apertura. En la sección de frutas y verduras se ha modificado todo el mobiliario de exposición en las dos sociedades adquiridas.

En este año 2007 se ha procedido al cierre de doce tiendas y otras tres han sufrido cambios en la red comercial pasando a la franquicia Charter. En nuestro compromiso por posibilitar la accesibilidad para personas con capacidades diferentes, tenemos implantado un sistema de gestión de la accesibilidad global. Nuestros centros están adecuados a la Ley 1/98 de la Comunidad Valenciana, así como a las legislaciones aplicables en el resto de Comunidades en las que estamos presentes.

Algunas de estas medidas son la adecuación de accesos, dimensiones y espacios según categoría CA3 y adaptación de rampas de acceso, escuelas, 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 que ha marcado este año ha sido la apertura de la nueva sede de las oficinas centrales de Consum en la localidad de Silla (Valencia), un edificio representativo de la apuesta de nuestra cooperativa por el desarrollo sostenible. Se compone de una planta baja de 1300 metros cuadrados útiles y otras cuatro plantas de 1.100 metros cuadrados útiles destinados a oficinas, además de dos plantas de sótano de 3.800 metros cuadrados para aparcamiento.

pa en 28 centres per poder oferir pa calent en estes tendes durant l'horari d'obertura. En la secció de fruites i verdures s'ha modificat tot el mobiliari d'exposició en les dues societats adquirides.

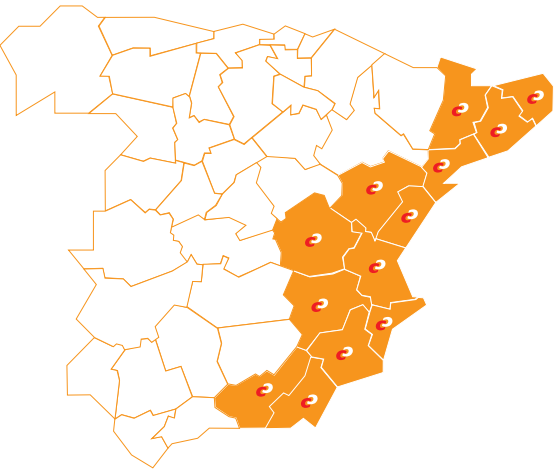
Durant l'any 2007 s'ha procedit al tancament de dotze tendes i tres més han sofrit canvis en la xarxa comercial i han passat a la franquícia Charter. En el nostre compromís de possibilitar l'accessibilitat per a persones amb capacitats diferents, tenim implantat un sistema de gestió de l'accessibilitat global. Els nostres centres estan adequats a la Llei 1/98 de la Comunitat Valenciana, i també a les legislacions aplicables en la resta de comunitats en què estem presents.

Algunes d'estes mesures són l'adequació d'accessos, les dimensions i els espais segons la categoria CA3 i l'adaptació de les rampes d'accés, les escales, els vestidors i els ascensors, basades en la Llei de 25 de maig de 2004, que engloba les barreres arquitectòniques i urbanístiques. A més, hem realitzat inversions en carros de compra adaptats a minusvàlids.

Sense cap dubte, una fita que ha marcat l'any 2007 ha sigut l'obertura de la nova seu de les oficines centrals de Consum a la localitat de Silla (València), un edifici representatiu de l'aposta de Consum pel desenvolupament sostenible. Es compon d'una planta baixa de 1.300 metres quadrats útils i quatre plantes més de 1.100 metres quadrats útils destinades a oficines, a més de dues plantes de soterrani de 3.800 metres quadrats per a aparcament.

Nuestra presencia en el arco mediterráneo / La nostra presència a l'arc mediterràni

	TIENDAS TENDES	%
Comunidad Valenciana / Comunitat Valenciana	370	65,1
Cataluña / Catalunya	147	25,9
Castilla-La Mancha / Castella-la Manxa	26	4,6
Murcia / Múrcia	15	2,6
Andalucía / Andalusia	7	1,2
Aragón / Aragón	3	0,5
TOTAL / TOTAL	568	



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.

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.

LAS PLATAFORMAS

En 2007, las actividades del departamento de Logística han girado principalmente en torno a la integración logística de las dos cadenas de supermercados adquiridas a las redes Dinosol y Caprabo, y a la ampliación de las centrales, necesaria para asumir el servicio.

El incremento de actividad ha obligado a convertir las centrales de Mercancías Generales y Refrigerados de Cataluña en plataformas integrales, con lo que el suministro a las tiendas ha pasado a realizarse íntegramente desde las plataformas de Barcelona. Este hecho ha implicado duplicar la plantilla de personal de las centrales de Cataluña.

Al costat de l'edifici d'oficines s'ha construït un edifici annex destinat a aparcament, amb quatre plantes, de manera que queden cobertes les necessitats d'aparcament de totes les persones que treballen en la Cooperativa.

En les instal·lacions s'ha posat un èmfasi especial en els sistemes d'estalvi energètic i cura ambiental, entre els quals destaca el sistema de climatització, que permet un estalvi d'espai i energia i la producció d'aigua calenta sanitària que es fa a través dels col·lectors solars ubicats en la coberta. Les instal·lacions es completen amb l'última tecnologia en mitjans audiovisuals, veu i dades, megafonia i sistema antiintrusió.

LES PLATAFORMES

En 2007, les activitats del departament de Logística han girat principalment al voltant de la integració logística de les dues cadenes de supermercats adquirides a les xarxes Dinosol i Caprabo, i a l'ampliació de les centrals, necessària per a assumir el servei.

L'increment d'activitat ha obligat a convertir les centrals de Mercaderies Generals i Refrigerats de Catalunya en plataformes integrals, amb la qual cosa el subministrament a les tendes ha passat a fer-se íntegrament des de les plataformes de Barcelona. Este fet ha implicat duplicar la plantilla de les centrals de Catalunya.

En marzo de 2007 se traslada la actividad de El Prat a Sant Boi. Además, se pasa de un suministro centralizado del 50% al 100%. La nueva plataforma tiene una capacidad de 18.000 metros cuadrados.

En junio se traslada la antigua central de Frutas de El Prat a una nueva ubicación de 4.000 metros cuadrados, y la de Pescado pasa a unas nuevas instalaciones en Mercabarna. Así, desalojadas las tres anteriores centrales de la plataforma de El Prat, comienzan las obras de construcción de las centrales de Refrigerados (Lácteos-Charcutería) y Congelados.

En junio arranca la nueva central de Refrigerados-Lácteos con servicio centralizado al 100% en Barcelona y en octubre comienza a dar servicio la nueva central de Refrigerados-Charcutería.

Por lo que se refiere a la integración logística de las tiendas Caprabo, desde octubre, se realiza el servicio desde las plataformas de Silla y Murcia. El resto de secciones de estas tiendas se asumen desde las plataformas de Quart y Ribarroja. El servicio de congelados para las tiendas de la zona sur, desde junio, se realiza desde la nueva central de masas y congelados de Murcia. En cuanto a la PMG de Silla, 2007 ha supuesto la optimización del silo automatizado.

Al març del 2007 es trasllada l'activitat del Prat a Sant Boi. A més, es passa d'un subministrament centralitzat del 50% al 100%. La nova plataforma té una capacitat de 18.000 metres quadrats.

Al juny es trasllada l'antiga central de Fruïtes del Prat a una nova ubicació de 4.000 metres quadrats, i la de Peix passa a unes noves instal·lacions a Mercabarna. Així, desallotjades les tres anteriors centrals de la plataforma del Prat, comencen les obres de construcció de les centrals de refrigerats (Lactis-Xarcuteria) i Congelats.

Al juny arranca la nova central de Refrigerats-Lactis amb servei centralitzat al 100% a Barcelona, i a l'octubre comença a donar servei la nova central de Refrigerats-Xarcuteria.

Pel que fa a la integració logística de les tendes Caprabo, des de l'octubre es fa el servei des de les plataformes de Silla i Múrcia. La resta de seccions d'estes tendes s'assumixen des de les plataformes de Quart i Riba-roja. El servei de congelats per a les tendes de la zona sud, des del juny, es realitza des de la nova central de masses i congelats de Múrcia. Quant a la PMG de Silla, 2007 ha suposat l'optimització de la sitja automatitzada.

UN HITO QUE HA MARCADO ESTE AÑO HA SIDO LA APERTURA DE LA NUEVA SEDE DE LAS OFICINAS CENTRALES DE CONSUM EN LA LOCALIDAD DE SILLA (VALENCIA), UN EDIFICIO REPRESENTATIVO DE LA APUESTA DE CONSUM POR EL DESARROLLO SOSTENIBLE. UNA FITA QUE HA MARCAT L'ANY 2007 HA SIGUT L'OBERTURA DE LA NOVA SEU DE LES OFICINES CENTRALES DE CONSUM A LA LOCALITAT DE SILLA (VALÈNCIA), UN EDIFICI REPRESENTATIU DE L'APOSTA DE CONSUM PEL DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE.



A lo largo de este ejercicio se ha trabajado para conseguir el más alto índice de disponibilidad de este gran almacén automatizado. Se ha reestructurado la disposición de la plataforma, se ha ampliado la zona de expediciones y se han instalado hasta 15 terminales de picking por voz en tres turnos de trabajo.

En mayo finalizaron las obras de ampliación de las centrales de Pescado y Frutas en la plataforma de Ribarroja y en junio concluyeron las obras en las centrales de Carnes, Congelados y Refrigerados de Quart de Poblet.

Por último, la innovación tecnológica ha proseguido imparable su implantación en la actividad logística. Ha concluido la primera fase del sistema informático de pedidos a proveedor (GPO) que ha permitido mejorar el servicio a las tiendas y reducir el nivel de stock en las centrales.

Se han instalado los sistemas de radiofrecuencia en las centrales de refrigerados de El Prat y en la zona de expediciones de la plataforma de Sant Boi.

Al llarg d'este exercici, s'ha treballat per aconseguir l'índex més alt de disponibilitat d'este gran magatzem automatitzat. S'ha reestructurat la disposició de la plataforma, s'ha ampliat la zona d'expedicions i s'han instal·lat fins a 15 terminals de preparació de comandes per veu en tres tornos de treball.

Al maig van finalitzar les obres d'ampliació de les centrals de Peix i Fruïtes en la plataforma de Riba-roja i al juny ho van fer les de les centrals de Carns, Congelats i Refrigerats de Quart de Poblet.

Finalment, la innovació tecnològica ha prosseguit imparable la implantació en l'activitat logística. Ha acabat la primera fase del sistema informàtic de comandes a proveïdor (GPO), que ha permès millorar el servei a les tendes i reduir el nivell d'estoc a les centrals.

S'han instal·lat els sistemes de radiofreqüència a les centrals de refrigerats del Prat i en la zona d'expedicions de la plataforma de Sant Boi.

EL INCREMENTO DE LA ACTIVIDAD EXIGE CONVERTIR LAS CENTRALES DE MERCANCIAS GENERALES Y REFRIGERADOS DE CATALUÑA EN PLATAFORMAS INTEGRALES. L'INCREMENT DE L'ACTIVITAT EXIGIX CONVERTIR LES CENTRALS DE MERCADERIES GENERALS I DE REFRIGERATS DE CATALUNYA EN PLATAFORMES INTEGRALS.



LOS PROVEEDORES

El trato próximo y de confianza con nuestros proveedores es una de las máximas de Consum, ya que las empresas con las que trabajamos son parte fundamental en nuestra cadena de valor. Manteniendo la trayectoria de años anteriores, pero también motivados por la adquisición de nuevas sociedades y la satisfacción de las necesidades de estos nuevos consumidores, la gestión del surtido ha supuesto un avance importante en cuanto a la adaptación, tanto por zonas geográficas como para dar respuesta a costumbres y hábitos distintos. Hemos aumentando considerablemente la gama local y regional, dando respuesta también a solicitudes de nuestros socios y clientes a través del Área de Escucha Activa.

También cabe destacar en el surtido, la incorporación de 500 referencias nuevas y los avances producidos en las secciones de productos frescos en términos de garantía de frescura y calidad. Además, la consideración de criterios medioambientales y de sostenibilidad en la elección de productos y proveedores, será la base para la evaluación y homologación del conjunto de fabricantes. Estamos Trabajando, en la definición de una declaración formal para solicitar a nuestros proveedores su compromiso de gestión socialmente responsable, así como un sistema que lo evalúe.

Entre los aspectos más relevantes, cabe destacar la mayor fluidez y profesionalidad en la relación con nuestros proveedores, que gracias a nuestro importante crecimiento nos ha permitido estar entre los cinco mejores clientes de nuestros principales fabricantes. También hemos ampliado significativamente el número de proveedores, con más de 50 nuevos, lo que nos ha permitido superar el número de 1.250 al cierre del ejercicio.

ELS PROVEÏDORS

El tracte pròxim i de confiança amb els nostres proveïdors és una de les màximes de Consum, ja que les empreses amb què treballem són part fonamental en la nostra cadena de valor. Mantenint la trajectòria d'anys anteriors, però també motivats per l'adquisició de noves societats i la satisfacció de les necessitats d'estos nous consumidors, la gestió de l'assortiment ha suposat un avanç important quant a l'adaptació, tant per zones geogràfiques com per a donar resposta a costums i hàbits diferents. Hem augmentant considerablement la gamma local i regional, i hem donat resposta també a sol·licituds dels nostres socis i clients a través de l'Àrea d'Escolta Activa.

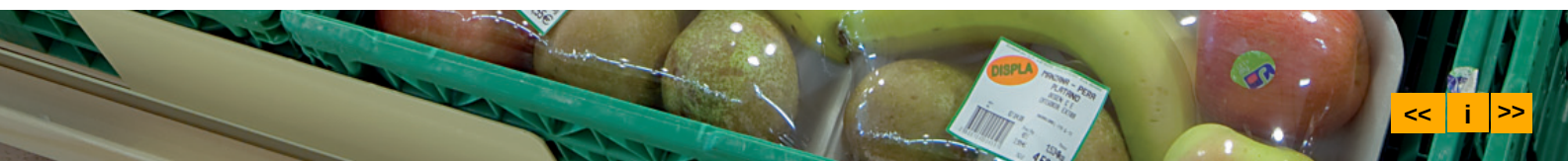
També cal destacar en l'assortiment la incorporació de 500 referències noves i els avanços produïts en les seccions de productes frescos en termes de garantia de frescor i qualitat. A més, la consideració de criteris mediambientals i de sostenibilitat en l'elecció de productes i proveïdors serà la base per a l'avaluació i l'homologació del conjunt de fabricants. Treballem en la definició d'una declaració formal per a sol·licitar als nostres proveïdors el seu compromís de gestió socialment responsable, així com un sistema que l'avalue.

Entre els aspectes més rellevants, cal destacar la major fluïdesa i professionalitat en la relació amb els nostres proveïdors, que gràcies al nostre important creixement ens ha permès estar entre els cinc millors clients dels nostres principals fabricants. També hem ampliat, amb més de 50 de nous, el nombre de proveïdors, la qual cosa ens ha permès superar el nombre total de 1.250 al tancament de l'exercici.





NUESTRA MARCA PROPIA DE PRODUCTOS FRESCOS CONSUM NATURE RESPONDE A UN PLANTEAMIENTO DE ELECCIÓN CUIDADOSA DEL PRODUCTO. LA NOSTRA MARCA PRÒPIA DE PRODUCTES FRESCOS CONSUM NATURE RESPON A UN PLANTEAMENT D'ELECCIÓ ACURADA DEL PRODUCTE.



EL PRODUCTO

Con relación a la marca propia, consecuentes con nuestra decisión estratégica para el período 2005-2007, durante el ejercicio se han incorporado 286 nuevas referencias, alcanzando la cifra significativa de 1.001 productos Consum. Productos que, además, cuentan con unos parámetros de calidad, diseño, competitividad y satisfacción del cliente muy superiores a la normativa en vigor. Por otro lado, realizando los procesos de homologación de fabricantes y nuestro puntero Plan de Validación del socio-cliente, se han superado los objetivos en un 98% de los nuevos productos, sometiendo el 2% restante a los procesos de mejora de las variables sugeridas por los socios-clientes.

Otro hito de gran relevancia es el desarrollo y lanzamiento de nuestra marca propia de productos frescos Consum Nature, que bajo los atributos de origen y sabor, responde a un planteamiento de elección cuidadosa del producto, además de un control de todo el proceso productivo (origen, alimentación, engorde, tratamiento, etc). Este lanzamiento se concreta en 21 referencias en carnes (ternera y cordero) y en Pescados (trucha, dorada y lubina), que serán la base para el posterior desarrollo en otras categorías y la extensión a la sección de Frutas y Hortalizas.

Por otra parte, hemos alcanzado una participación en ventas del 15,7% en nuestra marca propia, con un avance del 4,5%, valor satisfactorio teniendo en cuenta la integración de los nuevos supermercados adquiridos, que nos ha permitido dar una mejor respuesta a las necesidades de nuestros nuevos socios clientes.

EL PRODUCTE

En relació amb la marca pròpia, conseqüents amb la nostra decisió estratègica per al període 2005-2007, durant l'exercici s'han incorporat 286 noves referències, i així s'ha aconseguit la xifra significativa de 1.001 productes Consum. Productes que, a més, compten amb uns paràmetres de qualitat, de disseny, de competitivitat i de satisfacció del client molt superiors a la normativa en vigor. D'altra banda, mitjançant els processos d'homologació de fabricants i el nostre punter Pla de Validació del soci-client, s'han superat els objectius en un 98% dels nous productes, i el 2% restant s'ha sotmés als processos de millora de les variables suggerides pels socis-clients.

Una altra fita de gran rellevància és el desenvolupament i llançament de la nostra marca pròpia de productes frescos Consum Nature, que, amb els atributs d'origen i sabor, respon a un plantejament d'elecció acurada del producte, a més d'un control de tot el procés productiu (origen, alimentació, engreixament, tractament, etc). Este llançament es concreta en 21 referències en carns (vedella i corder) i en peixos (truita, dorada i llobarro), que seran la base per al desenvolupament posterior en altres categories i l'extensió a la secció de Fruïtes i Hortalisses.

D'altra banda, hem aconseguit una participació en vendes del 15,7% en la nostra marca pròpia, amb un avanç del 4,5%, valor satisfactori si es té en compte la integració dels nous supermercats adquirits, que ens ha permès donar una millor resposta a les necessitats dels nostres nous socis clients.



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 de l territorio se ven favorecidas por el hecho de que, en igualdad de condiciones se suministro, tiene preferencia ante empresas de otras zonas.

En este sentido, en 2007, hemos sustituido la compra de productos que anteriormente realizábamos en otras zonas, (principalmente de marca propia y centrado en congelados y de uno higiénico) por productos elaborados en áreas territoriales propias de nuestra acción comercial, como Andalucía y Cataluña, una sustitución de producto que ha supuesto una facturación de 260.410 euros. Las compras efectuadas en las zonas geográficas donde Consum desarrolla su actividad respresentan un 65% sobre total de compras de la Cooperativa.

MARKETING RESPONSABLE

El ejercicio de la Responsabilidad Social 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 de Marketing, 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.

Tal com s'establix en la Política de Responsabilitat Social de la Cooperativa, tenim la voluntat d'estimular el desenvolupament econòmic local a través d'un increment progressiu de 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 d'empreses d'altres zones.

En este sentit, en 2007 hem substituït la compra de productes que féiem anteriorment en altres zones (principalment de marca pròpia i centrat en congelats i d'ús higiènic) per productes elaborats en àrees territorials pròpies de la nostra acció comercial, com ara Andalusia i Catalunya, una substitució de producte que ha representat una facturació de 260.410 euros. Les compres efectuades en les zones geogràfiques on Consum desenvolupa l'activitat representen un 65% sobre el total de compres de la Cooperativa.

MÀRQUETING RESPONSABLE

L'exercici de la Responsabilitat Social en Consum, es materialitza a través d'actuacions que formen part dels sistemes i els procediments de l'organització i que es detallen en el Pla de Gestió anual que definix la Cooperativa.

En este Pla s'inclou el Pla de Màrqueting, l'instrument per excel·lència de gestió de l'acció comercial de l'empresa. El control i seguiment de les actuacions que s'hi definixen permet fer una difusió comercial dels productes i servicis mitjançant catàlegs, continguts publicitaris, etc.

A través del Comité de Coordinación Comercial se garantiza la supervisión de las acciones comerciales, sean del carácter que sean, de forma que en ningún caso, los contenidos se alejen de lo definido en los valores de la Cooperativa. De no ser así, el Comité es el órgano competente para proceder a la inmediata retirada de dichos contenidos.

Anualmente encargamos una evaluación a un operador externo para determinar el ciclo de calidad de vida de los productos en términos de salud y seguridad.

INNOVACIÓN

La innovación es imprescindible para seguir avanzando en calidad y satisfacción del consumidor. Durante 2007 se ha realizado un importante esfuerzo inversor, 1,2 millones de euros, 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.

Dentro de la innovación de la gestión para las personas trabajadoras, Consum ha implantado en 2007 uno de los mejores paquetes integrados de Gestión de Personal que existen en el mercado, que permite agilizar los procesos de administración, organización, contrataciones, nóminas y selección, entre otros muchos.

A través del Comité de Coordinació Comercial es garantix la supervisió de les accions comercials, siguen del caràcter que siguen, de forma que en cap cas els continguts s'allunyen del que definixen els valors de la Cooperativa. Si no fóra així, el Comité és l'òrgan competent per a procedir a la retirada immediata d'estos continguts.

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.

INNOVACIÓ

La innovació és imprescindible per a continuar avançant en qualitat i satisfacció del consumidor. Durant 2007 s'ha fet un esforç inversor important, 1,2 milions d'euros, centrat bàsicament en la millora de processos i en el desenvolupament d'altres de nous, que ens permeten abordar amb eficàcia els reptes plantejats en cada un dels departaments.

Dins de la innovació de la gestió per a les persones treballadores, Consum ha implantat en 2007 un dels millors paquets integrats de Gestió de Personal que hi ha al mercat, i que permet agilitzar els processos d'administració, organització, contractacions, nòmines i selecció, entre molts altres.



En el departamento de Compras se ha implantado la gestión del surtido por categorías; en nuestros puntos de venta se ha mejorado el circuito de implantación de las nuevas referencias, gracias a un innovador sistema que detecta con antelación posibles conflictos de capacidad en los lineales.

En el departamento de Desarrollo hemos puesto en marcha una aplicación que permite localizar posibles ubicaciones para nuestros centros, mediante el estudio de datos de mercado potencial y mercado consumido.

En el departamento de Gestión de Tiendas se ha implantado la ordenación de tickets en impresoras térmicas con el consiguiendo ahorro en papel y mayores facilidades en la comprobación de compra para el cliente.

También se ha iniciado en 2007 un sistema para informar al personal de tienda del momento de retirada de un producto, anticipándonos a su fecha de caducidad, al objeto de garantizar la vida útil del producto hasta su consumo.

En el departament de Compres s'ha implantat la gestió de l'assortiment per categories; en els nostres punts de venda s'ha millorat el circuit d'implantació de les noves referències, gràcies a un innovador sistema que detecta amb antelació possibles conflictes de capacitat en els lineals.

En el departament de Desenvolupament hem posat en marxa una aplicació que permet localitzar possibles ubicacions per als nostres centres, mitjançant l'estudi de dades de mercat potencial i mercat consumit.

En el departament de Gestió de Tendes s'ha implantat l'ordenació de tiquets en impressores tèrmiques amb l'estalvi de paper consegüent i més facilitats en la comprovació de compra per al client.

També s'ha iniciat en 2007 un sistema per a informar el personal de tenda del moment de retirada d'un producte, anticipant-nos a la seua data de caducitat, a fi de garantir la vida útil del producte fins al seu consum.

En el Área de Calidad se ha desarrollado un Sistema de Gestión consistente en la mecanización de la realización de auditorías de Calidad (internas y externas). Es una aplicación sobre un dispositivo PDA, que les va mostrando los diferentes ítems a controlar, y un sistema en central para consolidar la información recibida y obtener resultados por tienda, técnico, zona, etc.

En el departamento de Logística se ha implantado el sistema DES-ADV en recepción de mercancía, que permite conocer con antelación la mercancía que se va a recepcionar y sus datos de trazabilidad.

Todas ellas son mejoras introducidas gracias a una gestión que emplea sistemas y procesos innovadores para ofrecer productos y servicios de mayor calidad.

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 de las nuevas zonas geográficas, supera los 27 millones de euros, es decir 2% de la facturación total de Consum.

En l'Àrea de Qualitat s'ha desenvolupat un Sistema de Gestió consistent en la mecanització de la realització d'auditories de Qualitat (internes i externes). És una aplicació sobre un dispositiu PDA que els va mostrant els diferents ítems que cal controlar, i un sistema en la central per a consolidar la informació rebuda i obtenir resultats per tenda, tècnic, zona, etc.

En el departament de Logística s'ha implantat el sistema DESADV en recepció de mercaderia, que permet conèixer amb antelació la mercaderia que es rebrà i les seues dades de traçabilitat.

Totes estes millores s'han introduït gràcies a una gestió que utilitza sistemes i processos innovadors per a oferir productes i servicis de més qualitat.

El repartiment de la facturació de la Cooperativa entre productes o servicis significativament modificats o introduïts durant l'últim any, entre els quals incloem la facturació provinent de les noves referències de marques pròpies com de les implantacions de punts de venda en noves zones geogràfiques, supera els 27 milions d'euros, és a dir un 2 % de la facturació total de Consum.

DURANTE 2007 HEMOS REALIZADO UN GRAN ESFUERZO INVERSOR EN INNOVACIÓN.
DURANT L'ANY 2007 HEM FET UN GRAN ESFORÇ INVERSOR EN INNOVACIÓ.

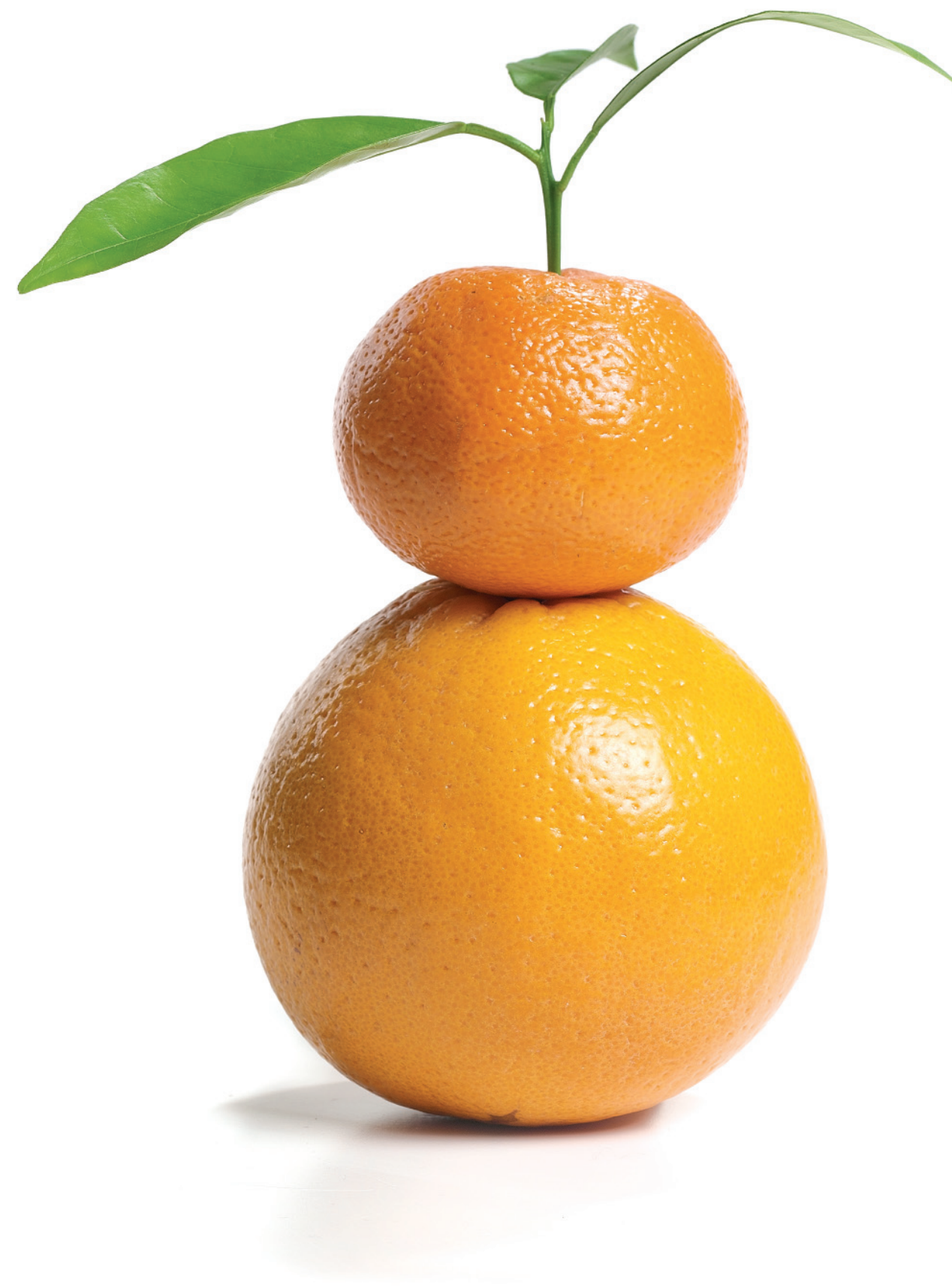


3

Saber Crecer es **Respetar**
Saber Créixer **és Respetar**

Política y Gestión Ambiental
Apuesta por la Calidad
Seguridad Alimentaria

Política i Gestió Ambiental
Aposta per la Qualitat
Seguretat Alimentària



POLÍTICA Y GESTIÓN AMBIENTAL

Consum ha establecido un compromiso explícito con el medio ambiente y muestra de ello es esta memoria de sostenibilidad en la que dejamos constancia de lo que se ha hecho y de lo que queda por hacer. Estamos realizando un avance progresivo en el respeto al medio ambiente que se refleja en el diseño, la producción y la distribución de los productos y servicios, así como en el compromiso de ir más allá de lo establecido por la normativa vigente. La mejora de rendimientos y el ahorro de recursos son otros de los objetivos clave de la actuación medioambiental así como seguir profundizando en la formación y sensibilización ambiental de clientes y proveedores. Estamos satisfechos porque los resultados confirman la política medioambiental de la empresa.

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 y hemos definido una política de trabajo en esta línea que nos conduzca desde el cumplimiento de los requisitos reglamentarios hasta convertirnos en un referente ante la sociedad por la mejora de nuestro entorno.

Los objetivos de esta Área de trabajo se plasman de forma anual en el documento de Acciones Ambientales que marca las pautas a seguir en función de los impactos ambientales significativos, como son la gestión de residuos, la contaminación acústica, los vertidos, el consumo de agua y el energético.

POLÍTICA I GESTIÓ AMBIENTAL

Consum ha establitzat un compromís explícit amb el medi ambient i mostra d'això és esta memòria de sostenibilitat, en la qual deixem constància de tot el que hem fet i del que queda per fer. Estem realitzant un avanç progressiu en el respecte envers el medi ambient que es reflectix en el disseny, la producció i la distribució dels productes i servicis, així com en el compromís d'anar més enllà del que establitz la normativa vigent. La millora de rendiments i l'estalvi de recursos són altres dels objectius clau de l'actuació mediambiental, igual com ho és continuar aprofundint en la formació i la sensibilització ambiental de clients i proveïdors. Estem satisfets perquè els resultats confirmen la política mediambiental de l'empresa.

Conscients de l'impacte mediambiental que pot generar la nostra activitat, tractem de reduir-lo al màxim. En este sentit, en Consum comptem amb una àrea responsable en matèria de medi ambient i hem definit una política de treball en esta línia que ens conduísca des del compliment dels requisits reglamentaris fins a convertir-nos en un referent davant la societat per la millora del nostre entorn.

Els objectius d'esta àrea de treball es plasmen de forma anual en el document d'Accions Ambientals que marca les pautes que hem d'seguir en funció dels impactes ambientals significatius, com són la gestió de residus, la contaminació acústica, els abocaments i el consum d'aigua i d'energia.

En este sentido, es importante destacar que en 2007 únicamente hemos registrado una sanción por incumplimiento de la legislación ambiental en materia de residuos, frente a las 5 (entre ruidos y residuos) registradas en 2006.

En la partida de gastos e inversiones ambientales, hemos pasado de 168.000 euros de 2006, a 1.355.000 euros en 2007, un incremento provocado por la aplicación de nuestra política de gestión de residuos en supermercados y plataformas, incrementada por la adquisición de las dos redes de supermercados, a la prestación de servicios por parte de gestores autorizados, a la limpieza de fosas sépticas y tratamientos de aguas residuales, y a la dotación en infraestructura para gestión de residuos en las nuevas oficinas.

En este sentit, és important destacar que en 2007 únicament hem registrat una sanció per incompliment de la legislació ambiental en matèria de residus, enfront de les cinc (entre sorolls i residus) registrades en 2006.

En la partida de despeses i inversions ambientals, hem passat de 168.000 euros de l'any 2006, a 1.355.000 euros en 2007, un increment provocat per l'aplicació de la nostra política de gestió de residus en supermercats i plataformes, incrementada per l'adquisició de les dues xarxes de supermercats, per la prestació de servicis per part de gestors autoritzats, per la neteja de fosses sèptiques i tractaments d'aigües residuals i per la dotació en infraestructures per a la gestió dels residus en les noves oficines.

El desglose de residuos por tipo / Desglossament de residus per tipus

Tipo de Residuos (en Tn) / Tipus de Residus (en Tn)			
Residuo / Residu	2005	2006	2007
Cartón / Cartó	5.019,1	8.770,39	10.512.245
Plástico / Plàstic	210,1	333,77	360
Orgánico / Orgànic	788,8	1.334,43	2.728,23



QUEREMOS CONVERTIRNOS EN UN REFERENTE ANTE LA SOCIEDAD POR LA MEJORA DE NUESTRO ENTORNO. VOLEM CONVERTIR-NOS EN UN REFERENT DAVANT LA SOCIETAT PER LA MILLORA DEL NOSTRE ENTORN.

Para mejorar la gestión de los residuos, en 2007 hemos implantado seis máquinas rotocompactoras de cartón en el punto de venta y el “pool” de envases para el transporte y la comercialización del box de patatas y las cajas de huevos, lo que eliminará del canal de distribución: 133.000 cajas, que suponen alrededor de 43 toneladas de cartón que se dejan de utilizar.

La cantidad de papel y cartón recuperadas nos animan a continuar trabajando en esta línea, ya que suponen salvar de la tala 178.708 árboles, que han podido absorber 10.659,775 toneladas de CO2. Por su parte, la recuperación del plástico, se traduce en un ahorro de 180 toneladas de petróleo.

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 que, a pesar del incremento de tiendas adquiridas durante 2007, hemos mantenido el consumo de agua referido a las ventas netas, en una cantidad muy similar a la del año pasado.

Per millorar la gestió dels residus, en 2007 hem implantat sis màquines rotocompactors de cartó en el punt de venda i el “pool” d’envasos per al transport i la comercialització dels boxs de creilles i les caixes d’ous, la qual cosa eliminarà del canal de distribució 133.000 caixes, que suposen al voltant de 43 tones de cartó que es deixen d’utilitzar.

Les quantitats de paper i de cartó recuperades ens animen a continuar treballant en esta línia, ja que suposen salvar de la tala 178.708 arbres, que han pogut absorbir 10.659,775 tones de CO2. Per la seua banda, la recuperació del plàstic es tradueix en un estalvi de 180 tones de petroli.

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

Pel que fa al consum d’aigua, destacarem que, tot i l’increment en el nombre de tendes adquirides durant 2007, hem mantingut el consum d’aigua referit a les vendes netes en una quantitat molt semblant a la de l’any passat.

Las medidas adoptadas para la mejora de la gestión del agua se basan específicamente en la instalación de grifos con temporizador que, con el centenar instalado en 2007, se consigue un ahorro de 100 metros cúbicos de agua al año.

En general, las aguas residuales generadas por el desarrollo de nuestra actividad se vierten directamente al alcantarillado público, por ser consideradas aguas residuales de tipo doméstico. Para el caso concreto de la depuradora del 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 realizado en 2007, se mantiene en valores similares a los del año anterior, a pesar de haber incrementado de manera notable el número de supermercados, y por ello el consumo de todos los equipos de frío y hornos con que están dotados. Este indicador nos evidencia los buenos resultados de las medidas de ahorro implantadas.

Les mesures adoptades per a la millora de la gestió de l’aigua es basen en la instal·lació d’aixetes amb temporitzador que, amb el centenar instal·lat en 2007, han aconseguit un estalvi de 100 metres cúbics d’aigua a l’any.

En general, les aigües residuals generades pel desenvolupament de la nostra activitat s’aboquen directament al clavegueram públic, per ser 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 efectuat en 2007 es manté en valors semblants al de l’any anterior, a pesar d’haver incrementat de manera notable el nombre de supermercats i, per això, el consum de tots els equips de fred i forns amb què estan dotats. Este indicador ens evidencia els bons resultats de les mesures d’estalvi implantades.

Control y seguimiento del consumo anual del agua / Control i seguiment del consum anual d’aigua

m³ / Ventas / m³ / Vendes		
2005	2006	2007
0.00029	0.00025	0.00025

Consumo de energía eléctrica / Consum d’energia elèctrica

m³ / Ventas / m³ / Vendes		
2005	2006	2007
0.1605	0.1458	0.1477

EL AHORRO EN EL CONSUMO DE AGUA HA ALCANZADO LOS 100 M³ ANUALES. L’ESTALVI EN EL CONSUM D’AIGUA HA ARRIBAT ALS 100 METRES CÚBICS ANUALS.



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.

En la nueva construcción de oficinas en Silla se ha tenido en cuenta y se ha realizado instalación solar. Entendemos que el porcentaje no es significativo, pero sí evidencia la inquietud medioambiental de la organización.

Entre las medias adoptadas para reducir el consumo energético en 2007 estás la instalación de circuitos partidos de iluminación con regulación horaria en las tiendas, que nos ha permitido alcanzar un ahorro global de 30.068 kw/h. Destacar la sustitución de centrales frigoríficas que condensan por aire, por otras con refrigerantes a base de amoníaco y que condensan por agua que, además de ser más eficientes, nos permiten un ahorro anual de energía de 275.000 kw.

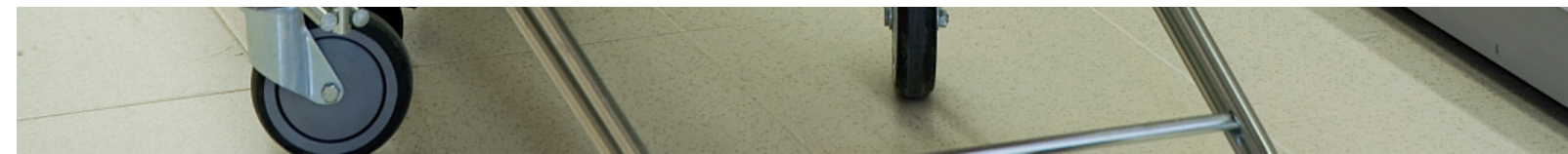
Quant al percentatge d'energia consumida provinent de fonts renovables, la instal·lació solar de la plataforma de Silla produeix 2.000 kW a l'any, que, sobre els 203 milions de consum total de la Cooperativa, representa un percentatge molt baix, però s'ha de tindre en compte que les característiques dels diferents 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.

En la nova construcció d'oficines a Silla això s'ha tingut en compte i s'ha dut a terme una instal·lació solar. Entenem que el percentatge d'energia consumida provinent de fonts renovables no és significatiu, però sí que evidencia la inquietud mediambiental de l'organització.

Entre les mesures adoptades per a reduir el consum energètic en 2007 hi ha la instal·lació de circuits partits d'il·luminació amb regulació horària en les tendes, que ens ha permès aconseguir un estalvi global de 30.068 kw/h. Cal destacar la substitució de centrals frigorífiques que condensen amb aire per d'altres amb refrigerants a base a d'amoniac i que condensen amb aigua, que, a més de ser més eficients, ens permeten un estalvi anual d'energia de 275.000 kW.



ESTAMOS REALIZANDO UN AVANCE PROGRESIVO EN EL RESPETO AL MEDIO AMBIENTE QUE SE REFLEJA EN EL DISEÑO, LA PRODUCCIÓN Y LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS. ESTEM FENT UN AVANÇ PROGRESSIU EN EL RESPECTE PEL MEDI AMBIENT QUE ES REFLECTIX EN EL DISSENY, EN LA PRODUCCIÓ I EN LA DISTRIBUCIÓ DE PRODUCTES I SERVICIS.



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 estamos introduciendo referencias de producto “A” las ahorradoras de energía, de forma que pasarán a segundo plano las incandescentes. La eficiencia es notable, ya que la media de ahorro energético es de 5 de 1. Se ha hecho una apuesta conjunta con el proveedor para promover el uso de este tipo de bombillas entre los consumidores, a través incluso de importantes mejoras en el precio.

En lo que se refiere a la contaminación acústica, disponemos de un riguroso control que genera nuestra actividad. El resultado de la auditoria sobre contaminación acústica indica que la medida del ruido producido por la actividad diurna en nuestro supermercado 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 2007 para minimizar la contaminación acústica en las Tiendas se ha centrado en la instalación de suelo insonorizado en los centros construidos bajo vivienda, en dotar de traspaletas con ruedas blandas, y en la adquisición de 5.000 carros de compra con ruedas blandas. También se han insonorizado la sala de máquinas de aire acondicionado en las nuevas aperturas.

El principal agente de contaminación atmosférica en el sector de la distribución se localiza en la flota de transporte. En nuestro caso, este servicio lo realizan empresas subcontratadas, externas a nuestra cooperativa. Por este motivo, no disponemos de datos del seguimiento de la emisión de gases de efecto invernadero.

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 estem introduint referències de producte “A”, les estalviadores d'energia, de forma que passaran a segon pla les incandescent. L'eficiència és notable, ja que la mitjana d'estalvi energètic és de 5 a 1. S'ha fet una aposta conjunta amb el proveïdor per promoure l'ús d'este tipus de peretes entre els consumidors, per mitjà, fins i tot, de millores importants en el preu.

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

Les mesures adoptades en 2007 per a minimitzar la contaminació acústica en les tendes s'han centrat en la instal·lació d'un terra insonoritzat en els centres construïts davall de vivenda, a dotar-los de portapaletes amb rodes blanques i a adquirir 5.000 carros de compra amb rodes blanques. També s'ha insonoritzat la sala de màquines d'aire condicionat en les noves obertures.

El principal agent de contaminació atmosfèrica en el sector de la distribució es localitza en la flota de transport. En el nostre cas, este servei el realitzen empreses subcontractades, externes a la nostra Cooperativa, raó per la qual no disposem de dades del seguiment de l'emissió de gasos d'efecte d'hivernacle.

Sin embargo, para minimizar la emisión de gases de efecto invernadero se ha implantado un sistema de optimización del transporte en base a rutas lógicas, aplicación de logística inversa y la instalación de cabinas multitemperaturas para aprovechar desplazamientos con todo tipo de producto.

Todos los gases refrigerantes de los equipos de frío de nuestro supermercados y plataformas están libres de PCB's (policlorobifenilo) y de CFC. 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, y para minimizar el impacto derivado de nuestra actividad, 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.

No obstant això, per minimitzar l'emissió de gasos d'efecte d'hivernacle s'ha implantat un sistema d'optimització del transport a partir de rutes lògiques, l'aplicació de logística inversa i la instal·lació de cabinas multitemperatures per a aprofitar desplaçaments amb tot tipus de producte.

Tots els gasos refrigerants dels equips de fred dels nostres supermercats i plataformes estan lliures de PCB (policlorobifenil) i de CFC. Disposem d'un sistema d'alarma centralitzat que, en cas d'avaría de qualsevol equip de fred de supermercats i plataformes, identifica el problema i immediatament procedix a la seua reparació, per evitar així abocaments de gasos i generació de residus derivats de productes en mal estat per falta de fred.

Pel que fa a la contaminació lumínica, i per minimitzar l'impacte derivat de la nostra activitat, 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-ne 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. D'altra banda, la nostra activitat no la desenvolupem en terrenys que estiguen inclosos dins d'espais protegits.





Con la finalidad de sensibilizar y formar a nuestros trabajadores y consumidores en materia medioambiental en este ejercicio 2007, hemos llevado a cabo varias acciones: Hemos difundido a través del Boletín Interno Social (BIS), dirigido a los socios trabajadores, un proyecto de formación y sensibilización llamado “12 meses para mejorar nuestro entorno”, en el que se han desarrollado 12 valores ambientales, con los posibles problemas y las soluciones que se pueden aportar por parte de la Cooperativa, pero también a nivel personal, por parte de cada trabajador.

Para continuar durante el ejercicio 2008 con esta labor de formación, se ha creado una sección ambiental también en el BIS y en la revista dirigida al consumidor “Consum Entrenosotros”. Desde esta sección, reforzamos los valores ya desarrollados durante 2007: ahorro energético, ahorro de agua, contaminación atmosférica y acústica, gestión de residuos, transporte y mantenimiento.

APUESTA POR LA CALIDAD

2007 ha supuesto la continuidad en el compromiso de proporcionar un servicio de calidad y un producto que cumple todos los 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.

Amb la finalitat de sensibilitzar i formar els nostres treballadors i consumidors en matèria mediambiental en este exercici 2007, hem portat a terme diverses accions: Hem difós, a través del Butlletí Intern Social (BIS), dirigit als socis treballadors, un projecte de formació i sensibilització anomenat “12 mesos per a millorar el nostre entorn”, en el qual s’han desenvolupat 12 valors ambientals, amb els possibles problemes i les solucions que es poden aportar per part de la Cooperativa, però també a nivell personal, per part de cada treballador.

Per continuar durant l’exercici 2008 amb esta tasca de formació, s’ha creat una secció ambiental també en el BIS i en la revista dirigida al consumidor “Consum Entrenosaltres”. Des d’esta secció, reforcem els valors ja desenvolupats durant 2007: estalvi energètic, estalvi d’aigua, contaminació atmosfèrica i acústica, gestió de residus, transport i manteniment.

APOSTA PER LA QUALITAT

2007 ha suposat la continuïtat en el compromís de proporcionar un servei de qualitat i un producte que complix tots els estàndards de seguretat alimentària. Amb esta finalitat, el manteniment del sistema de gestió de qualitat implantat en les plataformes de frescos, de refrigerats i de congelats de Consum, davall la norma ISO 9001, ha sigut un factor clau, sempre dirigit a la millora contínua.

2007 HA SUPUESTO LA CONTINUIDAD EN EL COMPROMISO POR LA MEJORA MEDIOAMBIENTAL.
L’ANY 2007 HA SUPOSAT LA CONTINUÏTAT EN EL COMPROMÍS PER LA MILLORA MEDIAMBIENTAL.



SEGURIDAD ALIMENTARIA

Para garantizar los irrenunciables parámetros de seguridad alimentaria Consum define un plan de evaluación continua de sus proveedores de productos frescos y marca propia tanto de alimentación como de no alimentación. Conforme a este plan se ha evaluado a 96 proveedores, se han revisado los procedimientos de los proveedores correspondientes a higiene en la manipulación de los productos, trazabilidad, adecuación de instalaciones, control de calidad de estándares de producto, etc. Además, se han realizado ejercicios de trazabilidad con nuestros proveedores homologados, para garantizar la calidad del producto a lo largo de toda la cadena de producción.

Por otro lado, y junto a la evaluación de nuestros proveedores, Consum comprueba que los productos por ellos suministrados cumplen con todas las garantías sanitarias. Así, hemos realizado 980 análisis de las distintas referencias.

En nuestras plataformas se han hecho en 2007 más de 100 controles para garantizar la correcta manipulación y distribución de los productos.

SEGURETAT ALIMENTÀRIA

Per garantir els irrenunciables paràmetres de seguretat alimentària Consum definix un pla d'avaluació contínua dels seus proveïdors de productes frescos i de marca pròpia tant d'alimentació com de no alimentació. D'acord amb este pla, s'han avaluat 96 proveïdors, s'han revisat els procediments dels proveïdors corresponents a higiene en la manipulació dels productes, la traçabilitat, l'adequació d'instal·lacions, el control de qualitat d'estàndards de producte, etc. A més, s'han dut a terme exercicis de traçabilitat amb els nostres proveïdors homologats per garantir la qualitat del producte al llarg de tota la cadena de producció.

D'altra banda, i al costat de l'avaluació dels nostres proveïdors, Consum comprova que els productes que ens subministren complisquen totes les garanties sanitàries. Així, hem fet 980 anàlisis de les diverses referències.

En les nostres plataformes s'han fet en 2007 més de 100 controls per garantir la manipulació i la distribució correctes dels productes.

En los puntos de venta, se han realizado más de 160 auditorías representativas de todas las zonas geográficas, cuyos resultados nos indican un cumplimiento óptimo de los parámetros claves de la seguridad alimentaria.

Tras la adquisición de las nuevas tiendas, se han auditado más del 80% de los centros, para evaluar aspectos higiénico-sanitarios y adecuar el sistema de gestión de calidad al modelo implantado en Consum.

En la distribución, durante 2007 se han realizado 680 inspecciones de transporte para asegurar que los productos se transportan en condiciones adecuadas.

En el punto de venta se ha aumentado el número de controles de tiempos de reposición, superando los 900 controles, para asegurar que el producto colocado en los murales está en perfectas condiciones.

En els punts de venda, s'han efectuat més de 160 auditories representatives de totes les zones geogràfiques, els resultats de les quals ens indiquen un compliment òptim dels paràmetres clau de la seguretat alimentària.

Després de l'adquisició de les noves tendes, s'han auditat més del 80% dels centres, per avaluar-ne aspectes higienicosanitaris i adequar-ne el sistema de gestió de qualitat al model implantat en Consum.

En la distribució, durant 2007 s'han fet 680 inspeccions de transport per assegurar que els productes es transporten en condicions adequades.

En el punt de venda s'ha augmentat el nombre de controls de temps de reposició, fins a superar-ne els 900, per assegurar que el producte col·locat en els murals està en perfectes condicions.

GARANTIZAMOS LA SEGURIDAD ALIMENTARIA MEDIANTE UN PLAN DE EVALUACIÓN A NUESTROS PROVEEDORES. GARANTIM LA SEGURETAT ALIMENTÀRIA PER MITJÀ D'UN PLA D'AVALUACIÓ ALS NOSTRES PROVEÏDORS.



4

Saber Crecer **es Integrar**
Saber Créixer **és Integrar**

La Plantilla

Conciliación de la Vida Personal y Profesional

Igualdad de Oportunidades

Condiciones Sociolaborales

Formación

Comunicación Interna

Seguridad y salud laboral

La Plantilla

Conciliació de la Vida Personal i Professional

Igualtat d'Oportunitats

Condicions Sociolaborals

Formació

Comunicació Interna

Seguretat i salut laboral



LA PLANTILLA

La plantilla de la cooperativa Consum se ha situado en un total de 9.290 personas al finalizar el ejercicio 2007. De ellas, un 77% son mujeres y la media de edad es de 34 años, con lo que podemos decir que nuestro equipo humano es mayoritariamente femenino, joven y dinámico.

Por comunidades autónomas, el 69% de nuestros trabajadores son de la Comunidad Valenciana, el 24% de Cataluña y el 7% restante pertenece a la Región de Murcia, Castilla-La Mancha y Andalucía.

Uno de los aspectos laborales más destacables es que en la cooperativa Consum creamos empleo de calidad. El 95 % de los trabajadores son socios, fijos o socios en periodo de prueba. El objetivo de Consum es convertir a todos sus trabajadores en socios propietarios, con capacidad para participar en la propiedad, en la gestión y en los resultados de la misma.

En el ejercicio 2007, 445 trabajadores se han beneficiado de la política de promoción interna de la Cooperativa, de ellos 350 en supermercados, 74 en Plataformas y 21 en Sede Social. Haciendo balance, en los últimos 6 años cerca de 2.400 personas se han visto beneficiadas por la política de promoción interna de Consum.

LA PLANTILLA

La plantilla de la cooperativa Consum s’ha situat en un total de 9.290 persones al final de l’exercici 2007. D’estes, un 77% són dones i la mitjana d’edat és de 34 anys, amb la qual cosa podem dir que el nostre equip humà és majoritàriament femení, jove i dinàmic.

Per comunitats autònomes, el 69% dels nostres treballadors són de la Comunitat Valenciana, el 24% de Catalunya i el 7% restant pertany a la Regió de Múrcia, a Castella-la Manxa i Andalusia.

Un dels aspectes laborals més destacables és que en la cooperativa Consum creem ocupació de qualitat. El 95% dels treballadors són socis, fixos o socis en període de prova. L’objectiu de Consum és convertir tots els seus treballadors en socis propietaris, amb capacitat per a participar en la propietat, en la gestió i en els resultats de la Cooperativa.

En l’exercici 2007, 445 treballadors s’han beneficiat de la política de promoció interna de la Cooperativa, dels quals 350 en supermercats, 74 en plataformes i 21 en la seu social. Si fem balanç, en els últims sis anys prop de 2.400 persones s’han vist beneficiades per la política de promoció interna de Consum.

De otro lado, en el último año cabe destacar un aumento en el número de altas de nuevos socios trabajadores, respecto del ejercicio anterior, en más de 300 personas, mientras que el número de bajas se ha situado por debajo de la cifra del año anterior.

Por otro lado, la media de permanencia en la empresa de un trabajador o trabajadora de Consum es de 5,36 años. Este año ha habido 10.327 altas, la mayoría de ellas debidas a puestos de nueva creación. Por otro lado, el número de bajas ha sido de 3.441 personas.

A la hora de analizar estas cifras de altas y bajas en la Cooperativa, siempre hay que hacerlo desde la perspectiva del sector de la distribución comercial, un sector que cuenta con un alto porcentaje de incorporaciones estacionales. Éstas suelen ser sobre todo en época estival, cuando la mayor parte de trabajadores disfruta de sus vacaciones y, al mismo tiempo, a otras personas les interesa más trabajar durante estos meses, como es el caso de muchos estudiantes que trabajan durante varias campañas con Consum.

La rotación media de la plantilla de socios en Consum, que son quienes configuran la plantilla estructural en la cooperativa, es de un 9,25, un buen dato en relación a la rotación media del sector de la distribución comercial.

D’altra banda, en l’últim any cal destacar un augment en el nombre d’altes de nous socis treballadors, respecte de l’exercici anterior, de més de 300 persones, mentre que el nombre de baixes s’ha situat per davall de la xifra de l’any anterior.

D’altra banda, la mitjana de permanència en l’empresa d’un treballador o treballadora de Consum és de 5,36 anys. Enguany hi ha hagut 10.327 altes, la majoria de les quals degudes a llocs de nova creació. D’altra banda, el nombre de baixes ha sigut de 3.441 persones.

A l’hora d’analitzar estes xifres d’altes i baixes en la Cooperativa, sempre cal fer-ho des de la perspectiva del sector de la distribució comercial, un sector que compta amb un alt percentatge d’incorporacions estacionals. Estes solen ser sobretot en època estival, quan la major part de treballadors gaudix de les vacances i, al mateix temps, a altres persones els interessa més treballar durant estos mesos, com és el cas de molts estudiants que treballen durant diverses campanyes amb Consum.

La rotació mitjana de la plantilla de socis en Consum, que són els que configuren la plantilla estructural a la Cooperativa, és d’un 9,25, una bona dada en relació amb la rotació mitjana del sector de la distribució comercial.

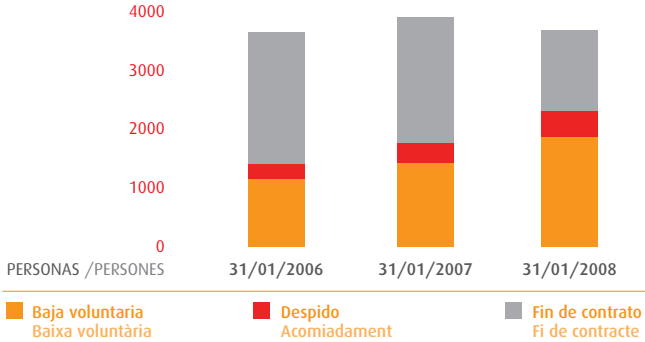
Desglose del personal por tipo de trabajo, por contrato y por región.
Desglossament del personal per tipus de treball, per contracte i per regió.

COMUNIDAD AUTÓNOMA COMUNITAT AUTÒNOMA	TOTAL TRABAJADORES TOTAL TREBALLADORS	TIEMPO TOTAL TEMPS TOTAL	TIEMPO PARCIAL TEMPS PARCIAL	FIJOS FIXOS	TEMPORALES TEMPORALS
CASTILLA LA MANCHA / CASTELLA LA MANXA	217	160	57	92	16
CATALUÑA / CATALUNYA	2154	1826	328	1258	41
REGION DE MURCIA / REGIÓ DE MÚRCIA	320	286	34	116	8
COM. VALENCIANA / COM. VALENCIANA	6486	5422	1064	1220	285
ANDALUCIA / ANDALUSIA	113	97	16	81	1
TOTAL / TOTAL	9290	7791	1499	2767	351

Evolución de socios trabajadores
Evolució de socis treballadors

	ALTAS / ALTES	BAJAS / BAIXES
2005	1.129	731
2006	1.304	788
2007	1.635	758

Número de bajas
Nombre de baixes



EL OBJETIVO DE CONSUM ES CONVERTIR A TODOS SUS TRABAJADORES EN SOCIOS PROPIETARIOS.
L’OBJECTIU DE CONSUM ÉS CONVERTIR TOTS ELS SEUS TREBALLADORS EN SOCIS PROPIETARIS.



En lo que respecta a los Socios Consumidores-Clientes, debemos indicar que durante 2007 se ha producido un incremento en las bajas respecto a años anteriores, provocado principalmente por duplicidades en la solicitud, así como por fallecimiento del socio.

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, en la instancia de admisión, los compromisos sobre aportaciones, condiciones socio-laborales y demás responsabilidades que ello conlleva. El socio puede darse de baja en cualquier momento, notificándolo por escrito al Consejo Rector, con una antelación mínima de dos meses.

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 bajado ligeramente ante la gran dispersión geográfica de la Cooperativa que dificulta, en ocasiones, que algunos socios puedan trasladarse a su lugar de celebración.

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. En 2007, el porcentaje de socios trabajadores con derecho a voto respecto al total de plantilla de la Cooperativa ha sido de un 67%.

Pel que fa als socis consumidors-clients, hem d'indicar que durant 2007 s'ha produït un increment en les baixes respecte d'anys anteriors, provocat principalment per duplicitats en la sol·licitud, així com per defunció dels socis.

Les condicions requerides perquè un treballador siga admés com a soci treballador de Consum són les següents: ser major d'edat o disposar de l'autorització legal corresponent, haver superat el període de prova que s'haja pactat i acceptar, en la instància d'admissió, els compromisos sobre aportacions, condicions sociolaborals i la resta de responsabilitats que això comporta. El soci pot donar-se de baixa en qualsevol moment, notificant-ho per escrit al Consell Rector, amb una antelació mínima de dos mesos.

L'Assemblea General de Delegats, màxim òrgan de govern de la Cooperativa, compta amb 150 membres, 75 dels quals socis treballadors i altres 75 són socis consumidors. La participació dels últims anys ha baixat lleugerament davant de la gran dispersió geogràfica de la Cooperativa, la qual cosa dificulta, de vegades, que alguns socis puguin traslladar-se al lloc de celebració.

La totalitat dels socis consumidors, és a dir, el 100%, té dret a vot en esta Asamblea, a través de la figura dels delegats. Respecte dels treballadors, només els socis tenen dret a vot. En 2007, el percentatge de socis treballadors amb dret a vot respecte del total de plantilla

A pesar de que este porcentaje siempre se mantiene estable entre el 82% y 83%, este ejercicio se ha visto modificado por la entrada de casi 2.000 nuevos trabajadores que han sido subrogados procedentes de las empresas adquiridas por Consum (de las redes de supermercados de Caprabo, Dinosol y Sabeco), los cuales aún no se han incorporado como socios trabajadores. A lo largo del siguiente ejercicio 2008, está previsto que, al menos el 50% de la nueva plantilla, adquiera progresivamente la condición de socio.

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.

de la Cooperativa ha sigut d'un 67%. Tot i que este percentatge sempre es manté estable entre el 82% i 83%, este exercici s'ha vist modificat per l'entrada de quasi 2.000 nous treballadors, que han sigut subrogats procedents de les empreses adquirides per Consum (de les xarxes de supermercats de Caprabo, Dinosol i Sabeco), els quals encara no s'han incorporat com a socis treballadors. Al llarg de l'exercici 2008 està previst que, almenys el 50% de la nova plantilla, adquirisca progressivament la condició de soci.

La renovació de membres en els òrgans de representació més importants de la Cooperativa, la fan els socis periòdicament de la manera següent:

- El Consell Rector es renova per complet cada 4 anys.
- El Comité 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.

AL MENOS EL 50% DE LA NUEVA PLANTILLA ADQUIRIRÁ EN 2008 LA CONDICIÓN DE SOCIO.
ALMENYS EL 50% DE LA NOVA PLANTILLA ADQUIRIRÀ EN 2008 LA CONDICIÓN DE SOCI.

Evolución de socios consumidores-clients Evolució de socis consumidors-clients

	ALTAS / ALTES	BAJAS / BAIXES
2005	75.244	67
2006	298.047	216
2007	320.032	389

Participación en la Asamblea General de Delegados Participació en l'Assemblea General de Delegats

	Total Personas Total Persones	Personas Participantes Persones Participants	%
2005	150	141	94
2006	150	127	85
2007	150	119	79



La última vez que se celebraron elecciones a Delegados para la Asamblea General fue en 2005 y sus miembros se renovaron en un 75% en cuanto a socios trabajadores se refiere y un 64% los socios consumidores. Por otro lado, en 2006 hubo elecciones al Consejo Rector y sus miembros se renovaron en un 50%. Y, finalmente, en 2007 se produjo una renovación del 60% en los miembros del Comité Social, tras las correspondientes elecciones.

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 36 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 todos los representantes sociales.

Por el modelo de organización participativa de la cooperativa, la totalidad de los 9.290 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.

L'última vegada que es van celebrar eleccions a delegats per a l'Assemblea General va ser en 2005. i els seus membres es van renovar en un 75% pel que fa a socis treballadors i un 64% quant als socis consumidors. D'altra banda, en 2006 va haver-hi eleccions al Consell Rector i els seus membres es van renovar en un 50%. I, finalment, en 2007 es va produir una renovació del 60% en els membres del Comitè Social, després de les eleccions corresponents.

El Consell Rector, l'Assemblea General i el Comitè Social, als quals se sumen les Juntes de Socis, així com l'Assemblea de Comissions Delegades del Comitè Social, són grans fòrums que afavorixen l'intercanvi d'informació i la presa de decisions en la Cooperativa. A això s'ha d'afegir altres grups de treball estandarditzats, que tenen lloc durant les reunions quincenals del director de Gestió de Tendes amb els seus executius, que alhora es reunixen també quincenalment amb els 36 caps de zona i estos amb els caps de tenda, així com la reunió mensual que es té lloc en tots els centres de treball (supermercats, plataformes i departaments), amb la participació de tots els representants socials.

Pel model d'organització participativa de la Cooperativa, la totalitat dels 9.290 treballadors de Consum poden participar en els grups o espais generats per a afavorir la presa de decisions, ja que encara que hi ha determinats fòrums als quals només tenen accés els socis, i n'hi ha d'altres –com les reunions de centre– en els quals poden participar tots els treballadors.

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.

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.

Els socis treballadors disposen d'uns 12 canals de comunicació, a través dels quals flueix informació actual i útil de tipus societari, econòmic i empresarial. Diversos 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-clientes i a la qual també tenen accés els socis treballadors. Així mateix, a través del 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 són les reunions de centre, que efectua cada responsable mensualment 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 reunixen els membres del Comitè Social, que traslladen la informació als representants socials i estos, al seu torn, a tots els socis.

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.



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.

Finalment, també s'efectuen comunicacions personals al domicili dels socis, com ara 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 Junes 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.

GRACIAS AL MODELO DE ORGANIZACIÓN DE CONSUM, TODOS LOS TRABAJADORES PUEDEN PARTICIPAR EN LOS GRUPOS DE DECISIÓN. GRÀCIES AL MODEL D'ORGANITZACIÓ DE CONSUM, TOTS ELS TREBALLADORS PODEN PARTICIPAR EN ELS GRUPS DE DECISIÓ.



LOS SOCIOS DISPONEN DE NUMEROSOS CANALES DE COMUNICACIÓN PARA ESTAR INFORMADOS Y ATENDIDOS. ELS SOCIS DISPOSEN DE NOMBROSOS CANALS DE COMUNICACIÓ PER A ESTAR SEMPRE INFORMATS I ATESES.



CONCILIACIÓN

En Consum existe el compromiso real de promover medidas para conciliar la vida profesional y la personal, con el objetivo de contribuir a mejorar la calidad de vida de las socias y socios trabajadores. En 2007 hemos llevado a cabo de una serie de iniciativas, no exigibles por la legislación, para continuar implantando y generalizando las diversas medidas de conciliación.

Desde enero de 2008, último mes del ejercicio, hemos ampliado de 6 a 23 días el permiso de lactancia acumulable a la baja de maternidad para las trabajadoras que sean madres. La madre también puede ceder el derecho al padre en el caso de que ambos trabajen en Consum. A esta nueva mejora social ya se han acogido 154 trabajadoras.

Además, desde marzo, los nuevos papás y mamás que trabajan en Consum han recibido como obsequio al nacimiento de sus bebés un cheque-canastilla con el que realizar las primeras compras de pañales y productos para sus hijos e hijas.

En cuanto a la protección de la maternidad, contamos con un Protocolo de Protección del Embarazo, desarrollado por nuestro Servicio de Prevención, que propone medidas de protección dirigidas a la trabajadora embarazada, que haya dado a luz o en periodo de lactancia, con el fin de que pueda continuar desempeñando su labor profesional sin que ésta suponga un inconveniente para su estado.

CONCILIACIÓ

En Consum hi ha el compromís real de promoure mesures per a conciliar la vida professional i la personal, amb l'objectiu de contribuir a millorar la qualitat de vida de les sòcies i socis treballadors. En 2007 hem portat a terme una sèrie d'iniciatives, no exigibles per la legislació, per continuar implantant i generalitzant les diverses mesures de conciliació.

Des de gener de 2008, últim mes de l'exercici, hem ampliat de 6 a 23 dies el permís de lactància acumulable a la baixa de maternitat per a les treballadores que siguen mares. La mare també pot cedir el dret al pare en el cas que els dos treballen en Consum. A esta nova millora social ja s'han acollit 154 treballadores.

A més, des del març, els nous pares i mares que treballen en Consum han rebut com a obsequi pel naixement dels seus bebés un xec-bolcada perquè puguin fer les primeres compres de bolquers i productes per als seus fills i filles.

Quant a la protecció de la maternitat, comptem amb un Protocol de Protecció de l'Embaràs, desenvolupat pel nostre Servei de Prevenció, que proposa mesures de protecció dirigides a la treballadora embarassada, que haja donat a llum o en període de lactància, a fi que puga continuar exercint la seua labor professional sense que esta supose un inconvenient per al seu estat.

Además, aquellas trabajadoras embarazadas cuyo puesto de trabajo –en supermercados o plataformas de distribución- pueda suponer un riesgo para el embarazo (manejo manual de cargas, posturas inadecuadas o forzadas, exposición a fuertes cambios de temperatura, etc.), y no haya posibilidad de realizar un cambio de funciones o aplicar el protocolo, pueden acogerse a la licencia de riesgo durante el embarazo. Durante ese periodo, la trabajadora siempre percibe el 100% de su salario.

También destaca la consolidación progresiva de otras medidas de conciliación ya establecidas, como la jornada laboral continua. El 100% de los trabajadores de nuestras plataformas de distribución ya la disfrutan y, en cuanto a los trabajadores de supermercados, este año se ha pasado del 76,6% de 2006 a un 88% de la plantilla de supermercados que ya ha trabajado a jornada continua en 2007. Esta medida, unida al hecho excepcional de que los trabajadores de Consum disponen de una jornada laboral anual de 1.790 horas (menos de 40 horas semanales de media) y de 5 semanas de vacaciones, hacen que nuestros socios y trabajadores puedan disponer de más tiempo libre que dedicar a su vida personal o familiar.

Otra prioridad, constante a lo largo de la historia de Consum, es la política de proximidad del centro de trabajo al domicilio. Nuestro objetivo final es que todos nuestros trabajadores desempeñen su función en la población en la que residen.

A més, aquelles treballadores embarassades que treballen en un lloc –en supermercats o plataformes de distribució- que puga suposar un risc per a l'embaràs (maneig manual de càrregues, postures inadequades o forçades, exposició a forts canvis de temperatura, etc.), i no hi haja possibilitat de fer un canvi de funcions o d'aplicar-hi el protocol, poden acollir-se a la llicència de risc durant l'embaràs. Durant eixe període, la treballadora sempre percep el 100% del seu salari.

També destaca la consolidació progressiva d'altres mesures de conciliació ja establides, com ara la jornada laboral contínua. El 100% dels treballadors de les nostres plataformes de distribució ja en gaudixen i, quant als treballadors de supermercats, enguany s'ha passat del 76,6% de 2006 a un 88% de la plantilla de supermercats que ja ha treballat a jornada contínua en 2007. Esta mesura, unida al fet excepcional que els treballadors de Consum disposen d'una jornada laboral anual de 1.790 hores (menys de 40 hores setmanals de mitjana) i de 5 setmanes de vacances, fan que els nostres socis i treballadors puguin disposar de més temps lliure per a dedicar-lo a la seua vida personal o familiar.

Una altra prioritat, constant al llarg de la història de Consum, és la política de proximitat del centre de treball al domicili. El nostre objectiu final és que tots els nostres treballadors exercisquen la seua funció en la població on viuen.

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	2005	2006	2007
Jornada continua / Jornada contínua	100% plataformas 60,20% superm. 100% plataformas 60,20% supermerc.	100% plataformas 76,6% superm. 100% plataformas 76,6% supermerc.	100% plataformas 87,9% superm 100% plataformas 87,9% supermerc.
Jornada media inferior 40 horas semanales y 5 semanas vacaciones Jornada mitjana inferior a 40 hores setmanals i 5 setmanes de vacances	100%	100%	100%
Protocolo embarazo / Protocol d'embaràs	4,60%	4,70%	4,50%
Licencia riesgo embarazo / Llicència risc d'embaràs	2,50%	2,70%	3%
Seguro de vida / Assegurança de vida	0,15%	0,03%	0,01%
Préstamos sociales / Préstecs socials	2,80%	1,90%	1,3%
Descuentos comerciales / Descomptes comercials	100%	100%	100%
Médico de empresa / Metge d'empresa	30%	30%	30%
Vale-canastilla / Xec-Bolcada	---	---	2,13%*
Permiso de Lactancia / Permis de lactància	---	---	0,33%**

* Desde marzo, cuando entró en vigor esta medida.
** Datos correspondientes a sólo un mes porque la medida entró en vigor el 01-01-08; en total han sido 154 mujeres las que se han beneficiado.
* Des del març, quan va entrar en vigor esta mesura
** Dades corresponents a només un mes perquè la mesura va entrar en vigor l'01-01-08; en total han sigut 154 dones les que se n'han beneficiat.



Nuestra continua apuesta por favorecer la conciliación nos ha hecho valedores del Certificado de Empresa Familiarmente Responsable. Consum ha sido la primera 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 y Asuntos Sociales. Este certificado reconoce el trabajo realizado por la cooperativa Consum en la implantación de políticas y acciones de conciliación de la vida familiar y laboral.

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, actualmente, inmersa en dos grandes proyectos de Personal, el nuevo Sistema Retributivo, y la implantación de una nueva Herramienta de Gestión Integral de Recursos Humanos.

La nostra aposta contínua per afavorir la conciliació ens ha fet valedors del Certificat d'Empresa Familiarment Responsable. Consum ha sigut la primera empresa del sector de la distribució comercial a Espanya que rep este certificat, que concedix Fundació +Familia, amb el suport del Ministeri de Treball i Afers Socials. Este certificat reconeix el treball efectuat per la cooperativa Consum en la implantació de polítiques i accions de conciliació de la vida familiar i laboral.

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 de treball i establint els mateixos criteris salarials per a homes i dones. Cal destacar en este sentit que Consum no té demandes per discriminació laboral al llarg de la seua història cooperativa.

Consum es troba, actualment, immersa en dos grans projectes de Personal: el nou Sistema Retributiu i la implantació d'una nova Ferramenta de Gestió Integral de Recursos Humans.

A raíz de estos dos proyectos se han revisado todos los puestos y categorías profesionales de la cooperativa. En estos momentos, estamos empezando a integrar informáticamente los datos referentes al sistema anterior y los del nuevo, por lo que hasta que esta fase haya concluido no estamos en disposición de facilitar indicadores detallados en cuanto a categorías profesionales y diferencias salariales.

En cuanto a la igualdad de género, Consum ha elaborado un Plan de Igualdad a través del cual trabajará en los próximos años en una serie de acciones encaminadas a la promoción de mujeres en puestos de responsabilidad.

Consum también participa desde 2007 en el Programa Óptima, promovido por el Instituto de la Mujer y cofinanciado por el Fondo Social Europeo. Se trata de un programa dirigido a grandes empresas de ámbito nacional, a través del cual éstas se comprometen de forma expresa a incorporar la igualdad de oportunidades como estrategia corporativa, promoviendo la igualdad de las mujeres, valorando y aprovechando el potencial que representan.

Arran d'estos dos projectes s'han revisat tots els llocs i les categories professionals de la Cooperativa. En estos moments, comencem a integrar informàticament les dades referents al sistema anterior i les del nou, per la qual cosa fins que esta fase no haja conclòs no estarem en disposició de facilitar indicadors detallats quant a categories professionals i diferències salarials.

Quant a la igualtat de gènere, Consum ha elaborat un Pla d'Igualtat a través del qual treballarà els pròxims anys en una sèrie d'accions encaminades a la promoció de dones en llocs de responsabilitat.

Consum també participa des de 2007 en el Programa Óptima, promogut per l'Institut de la Dona i cofinançat pel Fons Social Europeu. Es tracta d'un programa dirigit a grans empreses d'àmbit nacional, a través del qual estes es comprometen de forma expressa a incorporar la igualtat d'oportunitats com a estratègia corporativa, promovent la igualtat de les dones, valorant i aprofitant el potencial que representen.



Distribución de la Plantilla por Regiones y Sexos.
Distribució de la Plantilla per Regions i Sexes.

REGIÓN REGIÓ	TOTAL TOTAL		TOTAL TRABAJADORES TOTAL TREBALLADORS	
	MUJERES DONES	HOMBRES HOMES	NUM. NUM.	% TOTAL % TOTAL
C. Valenciana C. Valenciana	5.169	1.317	6.486	69,82%
Cataluña Catalunya	1.508	646	2.154	23,19%
Murcia Múrcia	256	64	320	3,44%
Castilla-La Mancha Castella-la Manxa	195	22	217	2,33%
Andalucía Andalusia	86	27	113	1,22%
Total Total	7.214	2.076	9.290	100,00 %

Distribución de la Plantilla por Edades y Sexos. Edad Media
Distribució de la Plantilla per Edats i Sexes. Edat Mitjana

EDAD EDAT	MUJERES DONES	HOMBRES HOMES	TOTAL TOTAL
+ de 61 años / + de 61 Anys	15	22	37
de 56 a 60 años / de 56 a 60 anys	50	40	90
de 51 a 55 años / de 51 a 55 anys	139	94	233
de 46 a 50 años / de 46 a 50 anys	405	161	566
de 41 a 45 años / de 41 a 45 anys	834	306	1.140
de 36 a 40 años / de 36 a 40 anys	1.236	315	1.551
de 31 a 35 años / de 31 a 35 anys	1.510	357	1.867
de 26 a 30 años / de 26 a 30 anys	1.540	320	1.860
de 21 a 25 años / de 21 a 25 anys	1.137	309	1.446
- de 20 años / - de 20 anys	348	152	500
TOTAL / TOTAL	7.214	2.076	9.290
% respecto del total % respecte del total	77,6%	22,4%	100%
EDAD MEDIA EDAT MITJANA	34 años 34 anys		

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 entre Asambleas, 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.

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.

Podem dir que estes accions ja donen 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 entre assemblees, i en el qual la composició paritària entre socis-treballadors i socis consumidors-clients 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.

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.

Desde 2006 Consum está elaborando un nuevo modelo retributivo, más homogéneo y racional. Una vez concluido el nuevo sistema de retribución fija, ya se está trabajando en un futuro sistema de retribución variable que se sume 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 1.107,67 euros brutos al mes, lo que supone un 27% más que hace tres años.

A ello, se suma el reparto de beneficios anuales de la Cooperativa entre los socios trabajadores. En 2007, los socios y socias se han repartido 11.343.000 euros, el 74,5% de los resultados cooperativos de Consum en 2006, lo que supone que cada socio ha recibido de media 1.822 euros.

Los gastos salariales totales de la Cooperativa durante el ejercicio económico del 2007, ascienden a casi 160 millones de euros, e incluye salarios, pensiones, y otras prestaciones e indemnizaciones.

Des de 2006 Consum està elaborant un nou model retributiu, més homogeni i racional. Una vegada conclòs el nou sistema de retribució fixa, ja es treballa en un futur sistema de retribució variable que se sume a l'anterior. Açò ens condiciona una 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, 1.107,67 euros bruts al mes, quantitat que representa un 27% més que fa tres anys.

A això se suma el repartiment de beneficis anuals de la Cooperativa entre els socis treballadors. En 2007, els socis i sòcies s'han repartit 11.343.000 euros, el 74,5% dels resultats cooperatius de Consum en 2006, la qual cosa representa que cada soci ha rebut de mitjana 1.822 euros.

Les despeses salarials totals de la Cooperativa durant l'exercici econòmic 2007 ascendixen a quasi 160 milions d'euros, i inclou salaris, pensions i altres prestacions i indemnitzacions.

Categorías profesionales por sexo.
Categories professionals per sexe.

	MUJERES DONES	HOMBRES HOMES	TOTAL TOTAL
Dirección Direcció	8	41	49
Jefaturas Intermedias Direccions Intermèdies	194	347	541
Personal Técnico Personal Tècnic	94	193	287
Gestión Operativa Gestió Operativa	1.136	246	1.382
Personal Operativo Personal Operatiu	5.871	1.160	7.031
	7.303	1.987	9.290

Colectivos desfavorecidos sobre contrataciones últimos tres años.
Col·lectius desfavorits sobre contractacions últims tres anys.

	2005	2006	2007
Porcentaje de mujeres Percentatge de dones	43,70%	45,75%	51,19%
Porcentaje de mayores de 45 años Percentatge de majors de 45 anys	1,09%	1,22%	1,26%
Porcentaje de personas discapacitadas Percentatge de persones discapacitades	0,35%	0,26%	0,96%
Porcentaje de personas contratadas a través de programas de integración social Percentatge de persones contractades a través de programes d'integració social	0,15%	0,13%	0,15%

Gastos salariales totales.
Despeses salarials totals.

Fecha valor Data valor	Gasto salarial Despesa salarial
2005	103.998.402
2006	119.891.317
2007	159.773.812



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.

FORMACIÓN

La inversión en formación forma parte de la cultura cooperativa de Consum. Durante este año, hemos invertido en formación un 1,07% con relación a la masa salarial de la empresa, y esto se traduce en más de 105.791 horas en formación reglada, con un total de 11.991 participantes en las 512 acciones formativas desarrolladas. De este número de horas, el 46% se corresponde con acciones de formación presencial en aula, el 37% a monitorías o formación en el puesto de trabajo, y el resto corresponden a los programas de formación a distancia tutorizada. La media de horas de formación por participante fue de aproximadamente 11,5 horas.

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 en què actua, amb la qual cosa el salari base del soci treballador de la Cooperativa és sempre superior al salari mínim local.

FORMACIÓ

La inversió en formació forma part de la cultura cooperativa de Consum. Enguany, hem invertit en formació un 1,07% en relació amb la massa salarial de l'empresa, i açò es tradueix en més de 105.791 hores en formació reglada, amb un total d'11.991 participants en les 512 accions formatives desenvolupades. D'este nombre d'hores, el 46% correspon a accions de formació presencial en aula, el 37% a monitories o formació en el lloc de treball i, la resta, corresponen als programes de formació a distància tutoritzada. La mitjana d'hores de formació per participant va ser d'aproximadament 11,5 hores.

La proporción de mujeres que ha participado en los programas de formación es del 75%. Teniendo en cuenta que el número de personas físicas que han asistido a estos cursos de formación es de 5.780, podemos decir que cada una de ellas ha participado en una media de dos acciones formativas.

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”. 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.

La proporció de dones que ha participat en els programes de formació és del 75%. Si tenim en compte que el nombre de persones físiques que han assistit a estos cursos de formació és de 5.780, podem dir que cada una ha participat en una mitjana de dues accions formatives.

Al final de cada sessió de formació interna presencial, els alumnes valoren el grau de satisfacció utilitzant com a suport el model “Avaluació de l'acció formativa per l'assistent”. D'altra banda, després de la finalització d'una acció formativa, el departament de Formació envia, per a ser emplenat, el qüestionari “Seguiment de l'acció formativa en el lloc de treball”. Les dades es tenen en compte per a l'elaboració del Pla de Formació de l'any següent.

Horas de formación por persona.
Hores de formació per persona.

	2005 14 H/TRABAJADOR 2005 14 H/TREBALLADOR	2006 19 H/TRABAJADOR 2006 19 H/TREBALLADOR	2007 18 H/TRABAJADOR 2007 18 H/TREBALLADOR
Responsables	23h/trab.	19h/trab.	21h/trab.
Responsables	23h/treb.	19h/treb.	21h/treb.
Técnicos	16h/trab.	24 h/trab.	29 h/trab.
Tècnics	16h/treb.	24 h/treb.	29 h/treb.
Personal cualificado	15h/trab.	20 h/trab.	16 h/trab.
Personal qualificat	15h/treb.	20 h/treb.	16 h/treb.
Personal operativo	6h/trab.	6h/trab.	9h/trab.
Personal operatiu	6h/treb.	6h/treb.	9h/treb.

Horas de formación por socio.
Hores de formació per soci.

	H / SOCIO H / SOCI
2005	16
2006	19
2007	18

Formación de la plantilla.
Formació de la plantilla.

	%
2005	79
2006	82
2007	65

Formación en Economía Social.
Formació en Economia Social.

	%
2005	7
2006	2
2007	9



COMUNICACIÓN INTERNA

En Consum, los trabajadores no son simples asalariados, sino que son socios de la Cooperativa. Entre los derechos de los socios, destaca el derecho a la información. Cuando algún tipo de información se hace pública, la socia o socio trabajador siempre es el primero en ser informado. Para ello, existen varios canales de información que van desde las diferentes reuniones hasta el correo electrónico y la revista interna, pasando por las comunicaciones realizadas vía Comité Social (el órgano que representa los derechos de los trabajadores). Precisamente, a través de este órgano, el trabajador o trabajadora tiene la posibilidad no sólo de recibir información que le afecta en el desarrollo de su actividad, sino de hacer llegar aquella que considere de interés a la Dirección de la Cooperativa.

Durante el ejercicio 2007 se han impreso 11 revistas del Boletín Informativo Social (BIS) para todos los socios y socias trabajadoras con 231 informaciones. Además, también se han comunicado 31 convocatorias de selección y 50 comunicados de cambios estructurales y organizativos.

En noviembre se desarrolló la reunión anual de Comisiones Delegadas con cerca de 380 representantes sociales y un 89,4% de participación. También se han realizado 11 reuniones del Comité social y 105 reuniones de Comisiones Delegadas del Comité Social. En supermercados, plataformas y departamentos se han celebrado reuniones de centro mensuales para las cuales se han enviado 11 Guiones de Reuniones de Centro para la preparación de estas reuniones.

COMUNICACIÓ INTERNA

En Consum, els treballadors no són simples assalariats, sinó que són socis de la Cooperativa. Entre els drets dels socis, destaca el dret a la informació. Quan algun tipus d'informació es fa pública, el soci o sòcia treballador sempre és el primer a ser-ne informat. Amb este objectiu, hi ha diversos canals d'informació que van des de les diferents reunions fins al correu electrònic i la revista interna, passant per les comunicacions efectuades via Comitè Social (l'òrgan que representa els drets dels treballadors). Precisament, a través d'este òrgan, el treballador o treballadora té la possibilitat no solament de rebre informació que l'afecta en el desenvolupament de la seua activitat, sinó de fer arribar aquella que considere d'interés a la Direcció de la Cooperativa.

Durant l'exercici 2007 s'han imprés 11 números del Butlletí Informatiu Social (BIS) per a tots els socis i sòcies treballadors, amb 231 informacions. A més, també s'han comunicat 31 convocatòries de selecció i 50 comunicats de canvis estructurals i organitzatius.

Al novembre es va desenvolupar la reunió anual de Comissions Delegades amb prop de 380 representants socials i un 89,4% de participació. També s'han organitzat 11 reunions del Comitè Social i 105 reunions de Comissions Delegades del Comitè Social. En supermercats, plataformes i departaments s'han celebrat reunions de centre mensuals, per a la preparació de les quals s'han enviat 11 Guions de Reunions de Centre.

La mayoría de las personas que trabajan en la cooperativa son socios trabajadores, y están representados por el Comité Social, órgano encargado de interpretar las disposiciones y acuerdos del Consejo Rector en todas aquellas materias socio-laborales que les afecten.

Los trabajadores no socios, están representados a nivel sindical, y la evolución de esta representación, se ha visto modificada en 2007, principalmente en Cataluña, por la incorporación de las personas provenientes de las redes de supermercados adquiridas, que actualmente están en proceso de incorporación societaria.

La majoria de les persones que treballen en la Cooperativa són socis treballadors i estan representats pel Comitè Social, òrgan encarregat d'interpretar les disposicions i els acords del Consell Rector en totes aquelles matèries sociolaborals que els afecten.

Els treballadors no socis estan representats a nivell sindical, i l'evolució d'esta representació s'ha vist modificada en 2007, principalment a Catalunya, per la incorporació de les persones provinents de les xarxes de supermercats adquirides, que actualment estan en procés d'incorporació societària.

Representación sindical de los trabajadores.
Representació sindical dels treballadors.

	2005	2006	2007
COMUNIDAD VALENCIANA COMUNITAT VALENCIANA	75,24	73,86	47,72
CATALUÑA CATALUNYA	18,2	18,77	42,17
CASTILLA-LA MANCHA CASTELLA-LA MANXA	2,15	1,71	3,6
MURCIA MÚRCIA	4,4	3,68	3,86
ANDALUCÍA ANDALUSIA		1,97	2,65
TOTAL TOTAL	99,99	99,99	100



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.

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.

Formación en prevención de riesgos laborales.
Formació en prevenció de riscos laborals.

	2005	2006	2007
Formación Básica Formació Bàsica	2%	2%	0
Formación Específica Formació Específica	45%	37%	24%
TOTAL	47%	39%	24%

Duración media de bajas.
Duració mitjana de baixes.

Incluidas las personas provenientes de las redes adquiridas Incloso les persones provinents de les xarxes adquirides	
Fecha valor Data valor	Días promedio bajas Dies mitjana baixa
2005	30,41
2006	29,31
2007	34,47

SEGURETAT I SALUT LABORAL

Integrar la prevenció de riscos laborals en la gestió de la Cooperativa és un dels objectius principals de la nostra política de prevenció. Consum compta amb 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, a través d’uns cartells que plasmen la política de prevenció de la Cooperativa.

En Consum hi ha un Comité de Seguretat i Salut compost per 9 membres designats per la Direcció, 9 membres designats pel Comité Social i 5 tècnics de prevenció.

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.

Índice de incidencia.
Índex d’incidència.

Índice de incidencia Índex d’incidència	
2005	48,81
2006	38,89
2007	43,83

Inversión por trabajador en prevención de riesgos laborales.
Inversió per treballador en prevenció de riscos laborals.

Fecha valor Data valor	Masa salarial Massa salarial	Inversión P.R.L. Inversió P.R.L.
2005	103998402	923713
2006	119891317	945613
2007	159773812	1324054

Además, en Consum, todas las personas que se incorporan a la plantilla 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 2007 ha sido aplicada específicamente al puesto de trabajo.

Respecto al índice de incidencia, cabe destacar que en este ejercicio ha experimentado un ligero incremento con respecto al anterior debido a la integración de las plantillas de las nuevas redes de supermercados adquiridas por parte de Consum, cuyos datos de absentismo han sido, hasta el momento, significativamente superiores a los de la Cooperativa. Este hecho influye también en el resto de datos sobre absentismo, como la duración media de las bajas.

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 1% con respecto a la masa salarial.

A més, en Consum, totes les persones que s’incorporen a la plantilla reben formació en prevenció de riscos laborals. El curs bàsic està, en estos moments, en procés d’actualització de continguts segons les modificacions de la legislació. Per això, tota la formació impartida en 2007 ha sigut aplicada específicament al lloc de treball.

Respecte de l’índex d’incidència, cal destacar que en este exercici ha experimentat un lleuger increment en relació amb l’anterior, a causa de la integració de les plantilles de les noves xarxes de supermercats adquirides per part de Consum, les dades d’absentisme de les quals han sigut, fins al moment, significativament superiors a les de la Cooperativa. Este fet influeix també en la resta de dades sobre absentisme, com és la duració mitjana de les baixes.

La inversió per treballador en matèries de seguretat i d’higiene en el treball s’ha mantingut estable al llarg dels últims anys, que la inversió en prevenció de riscos laborals per treballador suposa un 1% respecte a la massa salarial.

TODAS LAS PERSONAS QUE SE INCORPORAN A CONSUM RECIBEN FORMACIÓN EN PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES. TOTES LES PERSONES QUE S’INCORPOREN A CONSUM REBEN FORMACIÓ EN PREVENCIÓ DE RISCOS LABORALS.



5

Saber Crecer **es Mejorar**
Saber Créixer **és Millorar**

Un gran Colectivo
Información al Consumidor
Satisfacción de los Socios Consumidores-Clientes
Tarjeta Consum

Un gran Colectiu
Informació al Consumidor
Satisfacció dels Socis Consumidors-Clients
Targeta Consum



SOCIOS CONSUMIDORES-CLIENTES, UN GRAN COLECTIVO

Los socios consumidores-clientes tiene un papel fundamental en la cooperativa. Su participación activa 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, aproximadamente, el 10% de los beneficios a las actividades de formación e información de este gran colectivo, que ha alcanzado en 2007 la cifra de 860.885 socios. La participación se ha materializado en su representación, paritaria junto con los socios trabajadores, en el Consejo Rector y en la Asamblea General. En 2007 se han celebrado 8 Juntas de Socios Consumidores-Clientes, 3 en Valencia, 1 en cada una de las siguientes ciudades: Alicante, Castellón, Murcia, Almansa y Barcelona, con una asistencia de 7.528 socios, un 23,6% más respecto al año anterior.

Dentro del programa de vida saludable se han realizado talleres de “cocina sana” y “cuida tu piel”. Hemos puesto en marcha nuevos talleres centrados en la promoción de la dieta mediterránea en Cataluña, siguiendo así con los ya celebrados en la Comunidad Valenciana, Castilla la Mancha, Murcia y Almería. Más de 16.000 socios consumidores han participado en los talleres.

SOCIS CONSUMIDORS-CLIENTS, UN GRAN COL·LECTIU

Els socis consumidors-clients tenen un paper fonamental en la Cooperativa. La seua participació activa 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, aproximadament, el 10% dels beneficis a les activitats de formació i informació d'este gran col·lectiu, que en 2007 ha aconseguit la xifra de 860.885 socis. 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 2007 s'han celebrat huit Junes de Socis Consumidors-Clientes, tres a València i una en cada una de les ciutats següents: Alacant, Castelló, Múrcia, Almansa i Barcelona, amb una assistència de 7.528 socis, un 23,6% més respecte de l'any anterior.

Dins del programa de vida saludable s'han organitzat tallers de “Cuina sana” i “Cuida la teua pell”. Hem posat en marxa nous tallers centrats en la promoció de la dieta mediterrània a Catalunya, que segueixen els ja celebrats a la Comunitat Valenciana, Castella-Manxa, Múrcia i Almeria. Més de 16.000 socis consumidors han participat en els tallers.

Es importante destacar la implantación y desarrollo, en todos los supermercados de la Comunidad Valenciana, de la primera Senda Nutricional, centrada en la Prevención de la Osteoporosis, en colaboración con la Conselleria de Sanitat. La campaña consiste en señalar, mediante un logotipo fácilmente reconocible, todos aquellos alimentos que por su composición pueden ayudar a prevenir la Osteoporosis. Como complemento, se han realizado talleres prácticos de prevención de la osteoporosis en nuestros supermercados, dirigidos a los consumidores.

Con los más pequeños, la novedad en el 2007 ha sido sumar a los talleres habituales “sambori” y “alimentación saludable” el de prevención de la obesidad infantil, desarrollado en colaboración el Hospital General de Valencia, y el taller “tots cuinem”, en colaboración con la concejalía de juventud del Ayuntamiento de Valencia.

Por otra parte hemos desarrollado las dos campañas informativas sobre alimentación, “come sano”, dirigida a los escolares y “tu salud no espera al mañana, el mañana es ahora”, dirigida a adolescentes. La participación total en estas campañas ha sido de 36.330 escolares.

Además, hemos celebrado por segundo año el Día Mundial del Consumidor con la IIª Edición del concurso de cuentos en el que han participado más de 3000 alumnos.

Consum ha estado presente en las ferias de Navidad en Valencia (Expojove), de Reus (Parc de Nadal) y de Albacete (Navilandia), fires en les quals el nostre estand va rebre la visita de més de 7.800 escolars, que van aprendre de forma divertida moltes qüestions relacionades amb la alimentació saludable.

Cal destacar la implantació i el desenvolupament, en tots els supermercats de la Comunitat Valenciana, de la primera Senda Nutricional, centrada en la prevenció de l'osteoporosi, en col·laboració amb la Conselleria de Sanitat. La campanya consistix a senyalitzar, mitjançant un logotip fàcilment reconeixible, tots aquells aliments que per la seua composició poden ajudar a previndre l'osteoporosi. Com a complement, s'han realitzat tallers pràctics de prevenció de l'osteoporosi en els nostres supermercats, dirigits als consumidors.

Amb els més menuts, la novetat en 2007 ha sigut sumar als tallers habituals, “Sambori” i “Alimentació saludable”, el de prevenció de l'obesitat infantil, desenvolupat en col·laboració amb l'Hospital General de València, i el taller “Tots cuinem”, en col·laboració amb la regidoria de joventut de l'Ajuntament de València.

D'altra banda, cal destacar les dues campanyes informatives sobre alimentació, “Menja sa”, dirigida als escolars i “La teua salut no espera a demà, demà és ara”, dirigida a adolescents. La participació total en estes campanyes ha sigut de 36.330 escolars.

A més, hem celebrat per segon any el Dia Mundial del Consumidor amb la II edició del concurs de contes, en què han participat més de 3.000 alumnes.

Consum ha estat present en les fires de Nadal de València (Expojove), Reus (Parc de Nadal) i Albacete (Navilandia), fires en les quals el nostre estand va rebre la visita de més de 7.800 escolars, que van aprendre de forma divertida moltes qüestions relacionades amb l'alimentació saludable.



INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

La comunicación con nuestros socios-clientes es un factor clave en Consum, por lo que contamos con varios medios que garantizan el contacto directo con nuestros socios. Entre los principales canales destaca la revista “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. A lo largo de 2007 hemos cubierto con temas de interés una tirada total que ha superado 2,2 millones de ejemplares. Hay que destacar que, como muestra de nuestro compromiso con las regiones en las que operamos, editamos tanto nuestra revista como el resto de nuestros soportes de comunicación, en las lenguas oficiales de las citadas regiones: castellano, valenciano y catalán.

Durante 2007 nuestra página web ha recibido 138.000 visitas, un 60% más que el año anterior.

En 2007 hemos continuado con el espacio, “Ser Consumidor”, el cual se emite quincenalmente en Radio Valencia-Cadena SER y hemos consolidado nuestra presencia radiofónica con el espacio “Consum Entrenosotros”, 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.

INFORMACIÓ AL CONSUMIDOR

La comunicació amb els nostres socis-clients és un factor clau en Consum, per la qual cosa comptem amb diversos mitjans que garanteixen el contacte directe amb els nostres socis. Entre els principals canals destaca la revista “Entrenosaltres”, 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. Al llarg de 2007 hem cobert amb temes d'interés una tirada total que ha superat 2,2 milions d'exemplars. Cal destacar que, com a mostra del nostre compromís amb les regions en què operem, editem tant la nostra revista com la resta dels nostres suports de comunicació en les llengües cooficials de les regions esmentades: castellà, valencià i català.

Durant 2007, la nostra pàgina web ha rebut 138.000 visites, un 60% més que l'any anterior.

En 2007 hem continuat amb l'espai “Ser Consumidor”, que s'emet quincenalment en Ràdio València-Cadena SER, i hem consolidat la nostra presència radiofònica amb l'espai “Consum Entrenosotros”, que s'emet quincenalment en “La mañana” de COPE València. D'esta forma, tenim garantida la presència en les dues principals cadenes generalistes per audiència.

SATISFACCIÓN DE LOS SOCIOS CONSUMIDORES-CLIENTES

Nuestra actitud de mejora es permanente. Por eso necesitamos conocer de primera mano el grado de satisfacción de los socios clientes respecto al producto y servicio que Consum les proporciona.

En este sentido, realizamos distintos tipos de medidas directas de la satisfacción de nuestros socios y clientes, unas recibidas a través del Área de Escucha Activa de Consum, disponiendo de una completa información facilitada por los socios consumidores-clientes con sus llamadas a este servicio.

A lo largo de 2007, el servicio telefónico de Escucha Activa ha atendido un total de 103.665 llamadas correspondientes a incidencias detectadas por nuestros socios y clientes, casi el doble que el año pasado. Este incremento se debe al importante aumento en la red de supermercados y al número de altas de socios consumidores-clientes que hemos experimentado durante todo este año.

SATISFACCIÓ DELS SOCIS CONSUMIDORS-CLIENTS

La nostra actitud de millora és permanent. Per això, necessitem conèixer de primera mà el grau de satisfacció dels socis clients respecte del producte i el servei que Consum els proporciona.

En este sentit, desenvolupem diversos tipus de mesuraments directes de la satisfacció dels nostres socis i clients, alguns rebuts per mitjà de l'Àrea d'Escolta Activa de Consum, de manera que disposem d'una completa informació facilitada pels socis consumidors-clients amb les seues telefonades a este servei.

Al llarg de 2007, el servei telefònic d'Escolta Activa ha atés un total de 103.665 telefonades corresponents a incidències detectades pels nostres socis i clients, quasi el doble que l'any passat. Este increment es deu a l'important augment en la xarxa de supermercats i al nombre d'altres de socis consumidors-clients que hem experimentat durant tot este any.

QUEREMOS CONOCER EL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS SOCIOS CLIENTES RESPECTO AL PRODUCTO Y SERVICIO. VOLEM CONÈIXER EL GRAU DE SATISFACCIÓ DELS SOCIS-CLIENTS RESPECTE DELS PRODUCTES I SERVICIS.





El nivel de satisfacción del servicio prestado desde el Área de Escucha Activa a las llamadas recibidas, se ha calculado por primera vez en 2007, con un resultado de 7,7 sobre 10. Es nuestro objetivo continuar realizando este estudio de satisfacción, analizando resultados y mejorado los aspectos que nuestros clientes nos demanden.

Otro tipo de medidas directas de la satisfacción de nuestros socios y clientes es la transmitida a partir de 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. En 2007 hemos obtenido una valoración muy positiva, que nos sitúa en un 8,1 sobre una escala de diez puntos, dato similar al obtenido en el estudio del 2006.

El punto de venta, nuestros supermercados, como clientes de las plataformas, también tienen su estudio anual de satisfacción del servicio prestado. Los resultados evidencian que se obtiene casi la puntuación máxima en relación al producto, facturación, abonos y estado del stock, pero observamos necesidad de mejora en las cuestiones relacionadas con el transporte de mercancías, un servicio que no gestiona directamente la cooperativa al estar subcontratado. En este sentido se han definido iniciativas concretas para que los operadores directos mejoren el servicio.

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.

El nivell de satisfacció del servei prestat des de l'Àrea d'Escolta Activa a les telefonades rebudes s'ha calculat per primera vegada en 2007, amb un resultat de 7,7 sobre 10. El nostre objectiu és continuar fent este estudi de satisfacció, analitzant resultats i millorant els aspectes que els nostres clients ens demanen.

Un altre tipus de mesurament directe de la satisfacció dels nostres socis i clients és el que transmeten 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. En 2007 hem obtingut una valoració molt positiva, que ens situa en un 8,1 sobre una escala de deu punts, dada semblant a l'obtinguda en l'estudi de 2006.

El punt de venda, els nostres supermercats, com a clients de les plataformes, també tenen el seu estudi anual de satisfacció del servei prestat. Els resultats evidencien que s'obté quasi la puntuació màxima en relació amb el producte, la facturació, els abonaments i l'estat de l'estoc, però observem una necessitat de millora en les qüestions relacionades amb el transport de mercaderies, un servei que no gestiona directament la Cooperativa perquè està subcontractat. En este sentit, s'han definit iniciatives concretes perquè els operadors directes milloren el servei.

Amb l'objectiu de protegir les dades personals dels clients i socis clients, Consum complix els protocols de protecció de dades disposades en la Llei orgànica de protecció de dades de caràcter personal.

DISPONEMOS DE UNA AMPLIA INFORMACIÓN FACILITADA POR LOS SOCIOS CONSUMIDORES-CLIENTES A TRAVÉS DEL ÁREA DE ESCUCHA ACTIVA. DISPOSEM D'UNA ÀMPLIA INFORMACIÓ FACILITADA PELS SOCIS CONSUMIDORS-CLIENTS A TRAVÉS DE L'ÀREA D'ESCOLTA ACTIVA.



La sistemática se recoge en el “documento de seguridad”, responsabilidad del “Responsable de Seguridad” de la Cooperativa. Muestra del trabajo riguroso en el manejo de las bases de datos es 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 2007 hemos registrado 15 sanciones, y el importe total de las mismas ha ascendido a 8.543 euros.

El coste de las sanciones en 2007, fruto del incumplimiento de la normativa en el ámbito de la sociedad, ha ascendido a 3.118 euros y se han debido principalmente a la falta de presentación de autorizaciones administrativas.

La sistemática es recull en el Document de Seguretat, responsabilitat del Responsable de Seguretat de la Cooperativa. Mostra del treball rigorós en el maneig de les bases de dades és 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 és el cas, procedir a la resolució immediata de la possible incidència plantejada pel consumidor. En el cas d'una sanció per incompliment normatiu en relació amb el subministrament i l'ús de productes i servicis, Consum assumix la responsabilitat que es deriva d'este incompliment. En 2007 hem registrat 15 sancions, i l'import total d'estes sancions ha ascendit a 8.543 euros.

El cost de les sancions en 2007, fruit de l'incompliment de la normativa en l'àmbit de la societat, ha ascendit a 3.118 euros i han estat degudes, principalment, a la falta de presentació d'autoritzacions administratives.

TARJETA CONSUM

Derivado de la aplicación del Programa de Interés, mantenemos una comunicación fluida con nuestros Socios consumidores-Clientes ya que mensualmente reciben en sus hogares el envío del folleto comercial, además del detalle del importe de sus compras y el correspondiente cheque descuento. Esto constituiría la oferta básica que reciben el cien por cien de nuestros Socios-Clientes, De manera complementaria enviamos periódicamente, a grupos seleccionados 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 2007, nuestros socios-clientes se han beneficiado de descuentos en sus compras del orden de 6 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. Nuestros 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

Derivat de l'aplicació del Programa d'Interés, mantenim una comunicació fluida amb els nostres socis consumidors-clients, ja que mensualment reben en les seues llars l'enviament del fullet comercial, a més del detall de l'import de les seues compres i el xec descompte corresponent. Açò constituïria l'oferta bàsica que reben el cent per cent dels nostres socis-clients. De manera complementària, enviem periòdicament, a grups seleccionats 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 realitzades en Consum, també aplica descomptes en el consum de combustible efectuat en les més de 3.000 gasolineres del grup Solred. Els nostres socis-clients poden beneficiar-se també de descomptes en paquets de vacances de Viajes Iberia.

Només en 2007, els nostres socis-clients s'han beneficiat de descomptes en les seues compres d'uns 6 milions d'euros, entregats en xecs-descompte, vàlids per a ser canviats en la compra de qualsevol tipus de producte en els nostres supermercats.

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



6

Saber Crecer **es Comprometerse**

Saber Créixer **és Comprometre's**

Acción Social
Integración en el Entorno

Acció Social
Integració en l'Entorn



ACCIÓN SOCIAL

La Responsabilidad Social Empresarial es un concepto que va intrínseco a los propios principios de Consum como cooperativa. Contamos con un Comité de Responsabilidad Social que dirige los esfuerzos, presupuestos y actuaciones que revierten en el bien de la sociedad y que hacen de Consum una empresa sostenible.

A lo largo del ejercicio 2007 hemos colaborado con las administraciones locales y autonómicas, así como con asociaciones de consumidores, en actividades diversas relacionadas con el consumo, los “desayunos saludables”, actividades de promoción de la mujer, programas de formación de adultos, y programas de fomento de la práctica de actividad física. Hemos renovado los convenios de colaboración con Afanoc, Aspanión, Payasospital, Cruz Roja, la Federació d’Escoles en valencià, y las colaboraciones en campañas de Intermón (día de la esperanza), Asindown (día de la primavera), Avalcab (congreso de nutrición saludable) o Ivadis (jornadas del deporte adaptado).

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 2007, hemos destinado a proyectos de acción social más de 149.000 euros y el número de impactos registrados supera las 40.000 personas.

Patrocinio y acción social / Patrocini i acció social	
2005	120.000 euros
2006	120.000 euros
2007	149.000 euros



ACCIÓ SOCIAL

La Responsabilitat Social Empresarial és un concepte que va intrínsec als principis mateixos de Consum com a cooperativa. Comptem amb un Comitè de Responsabilitat Social que dirigix els esforços, els pressupostos i les actuacions que revertixen en el bé de la societat i que fan de Consum una empresa sostenible.

Al llarg de l'exercici 2007 hem col·laborat amb les administracions locals i autonòmiques, i també amb associacions de consumidors, en activitats diverses relacionades amb el consum: desdejunis saludables, activitats de promoció de la dona, programes de formació d'adults i programes de foment de la pràctica d'activitat física. Hem renovat els convenis de col·laboració amb Afanoc, Aspanión, Payasospital, Creu Rojala Federació d'Escoles en Valencià i les col·laboracions en campanyes d'Intermón (Dia de l'Esperança), Asindown (Dia de la Primavera), Avalcab (congrés de nutrició saludable) o Ivadis (jornades de l'esport adaptat).

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 2007, hem destinat a projectes d'acció social més de 149.000 euros, i el nombre d'impactes registrats supera les 40.000 persones.



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, Fundación Etnor, Fundación de Estudios Bursátiles, Fundación Sabor y Salud, Fundación GEA, Fundació Catalunya-Comerç, 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.

Consum ha continuado en 2007 estableciendo convenios de prácticas con los centros escolares como el IES Jorge Juan de Sagunt, Xaloc de Educación Especial de Sabadell (Barcelona), el IES “La Mola” de Monforte del Cid (Alicante) y la Universidad Politécnica de Valencia.

Las ayudas financieras significativas recibidas de los gobiernos autonómicos o locales reversionen principalmente en la formación profesional y societaria de los propios trabajadores. Durante 2007 hemos recibido en concepto de subvenciones 477.075 euros, una cantidad significativamente incrementada respecto 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.

INTEGRACIÓ 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 com a membre de ple dret en ASEDAS, Asucova, Fedacova, Cedac, Asumur, Asucam, CEV, AECOC, Fundació Etnor, Fundació d'Estudis Borsaris, Fundació Sabor i Salut, Fundació GEA, Fundació Catalunya-Comerç, Hispacoop, Asces, Federació de Cooperatives de Consum de la Comunitat Valenciana i de Catalunya, així com en les cambres de comerç de les províncies on estem implantats, entre d'altres.

Dins dels programes de cooperació interempresarial, Consum participa en el Projecte PSE Globalog, liderat per l'Institut Tecnològic de l'Embalatge, Transport i Logística-ITENE. El seu objectiu és potenciar la competitivitat del teixit empresarial espanyol a través de la logística, com a factor estratègic en un entorn global.

Consum ha continuat en 2007 establint convenis de pràctiques amb els centres escolars, com ara l'IES Jorge Juan de Sagunt, l'escola Xaloc d'Educació Especial de Sabadell (Barcelona), l'IES La Mola de Monfort (Alacant) i la Universitat Politècnica de València.

Les ajudes financeres significatives rebudes dels governs autonòmics o locals reverteixen principalment en la formació professional i societària dels mateixos treballadors. Durant 2007 hem rebut, en concepte de subvencions, 477.075 euros, una quantitat incrementada de forma significativa respecte d'exercicis anteriors a causa de l'ampliació de la plantilla i que, en consonància amb la nostra cultura corporativa, fa possible el compromís de Consum per la millora i la capacitat professional de tots els treballadors.



7

Saber Crecer **es** **Estar Cerca**
Saber Créixer **és** **Estar Prop**

Red de Tiendas
Xarxa de Tendes



Enseña / Ensenya		Población / Població	Dirección / Direcció	Teléfono / Telèfono
1	Consum	ALQUÀS (Valencia)	Antonia Mª Oviedo, 12	96 150 38 54
2	Consum	ALQUÀS (Valencia)	Crta.Torrent, s/n	96 198 82 80
3	Consum	ALBACETE (Albacete)	Feria, 4	96 752 22 89
4	Consum	ALBACETE (Albacete)	Rosario, 38	96 751 09 76
5	Consum	ALBACETE (Albacete)	Arquitecto Vandelvira, 81	96 722 15 61
6	Consum	ALBAIDA (Valencia)	Avda Feria, 25	96 290 10 39
7	Consum	ALBAL (Valencia)	Alcácer, s/n	96 127 04 73
8	Consum	ALBERIC (Valencia)	Avda. Ramón y Cajal, 14	96 244 17 83
9	Consum	ALBORACHE (Valencia)	Avda.Valencia	96 250 85 60
10	Consum	ALBORAIA (Valencia)	Avda. Horchata, 27	96 185 76 81
11	Consum	ALCORA (Castellón)	Viñals / Les Corts Valencianes	96 436 76 37
12	Consum	ALCOY (Alicante)	Sabadell, 22	96 533 49 83
13	Consum	ALDAIA (Valencia)	Avda. de la Música, s/n	96 150 06 10
14	Consum	ALFAFAR (Valencia)	Avda.Albufera, 22	96 375 10 53
15	Consum	ALFÁS DEL PI (Alicante)	Avda. del Albir, 67	96 686 73 73
16	Consum	ALGEMESI (Valencia)	Avda. Generalitat, 40	96 242 01 59
17	Consum	ALGINET (Valencia)	Valencia	96 175 31 42
18	Consum	ALICANTE (Alicante)	Pintor Baeza, 4	96 524 80 09
19	Consum	ALMANSA (Albacete)	Corredera	96 731 17 47
20	Consum	ALMASSORA (Castellón)	Juan Austria,36	96 456 17 91
21	Consum	ALMUSSAFES (Valencia)	Ramón y Cajal	96 178 38 66
22	Consum	ALZIRA (Valencia)	Avda. Santos Patronos, 35-37	96 241 44 48
23	Consum	ARCHENA (Murcia)	Joaquin Morte	96 867 36 37
24	Consum	AYORA (Valencia)	Marquesa Zenete, 47	96 219 16 36
25	Consum	BADALONA (Barcelona)	Avda. Alfonso XIII, 579	93 460 24 98
26	Consum	BANYOLES (Gerona)	Avda. dels Països Catalans, s/n	97 258 29 32
27	Consum	BARCELONA (Barcelona)	Alcudia, 43	93 354 20 17
28	Consum	BARCELONA (Barcelona)	Avda. Icària, 160	93 225 74 90
29	Consum	BARCELONA (Barcelona)	Avda. Madrid, 166	93 409 28 60
30	Consum	BARCELONA (Barcelona)	Avda. Madrid, 46-48	93 490 00 33
31	Consum	BARCELONA (Barcelona)	Avda. Roma, 32-34	93 226 13 09
32	Consum	BARCELONA (Barcelona)	Balmes, 306	93 241 57 90
33	Consum	BARCELONA (Barcelona)	Berruguete, 106	93 274 98 00
34	Consum	BARCELONA (Barcelona)	Conde Borrell, 9	93 443 96 30
35	Consum	BARCELONA (Barcelona)	Conde Urgell, 85	93 323 81 87
36	Consum	BARCELONA (Barcelona)	Entença, 28	93 292 47 23
37	Consum	BARCELONA (Barcelona)	Felipe de Paz, 9	93 409 34 28
38	Consum	BARCELONA (Barcelona)	Lluça, 19	93 490 47 89
39	Consum	BARCELONA (Barcelona)	Maria Cubí, 70	93 241 45 13
40	Consum	BARCELONA (Barcelona)	Passeig Sant Gervasi, 10	93 254 07 41
41	Consum	BARCELONA (Barcelona)	República Argentina, 267	93 254 03 10
42	Consum	BARCELONA (Barcelona)	Ronda Sant Pau, 29	93 443 79 97

Enseña / Ensenya		Población / Població	Dirección / Direcció	Teléfono / Telèfono
43	Consum	BARCELONA (Barcelona)	Roselló, 346	93 457 46 37
44	Consum	BARCELONA (Barcelona)	Sants, 206-210	93 490 70 69
45	Consum	BARCELONA (Barcelona)	Vía Augusta, 256	93 241 13 25
46	Consum	BARCELONA (Barcelona)	Vía Julia, 76 S. Francisco Javier	93 276 80 28
47	Consum	BAZA (Granada)	Carretera Murcia, s/n	95 886 13 74
48	Consum	BENAGUASIL (Valencia)	Pianista Iturbi, 9-11	96 273 13 52
49	Consum	BENICARLÓ (Castellón)	Cristo Del Mar, 41	96 447 40 63
50	Consum	BENICASIM (Castellón)	Violant de Casalduch, s/n	96 430 56 86
51	Consum	BENICASIM (Castellón)	Avda. Ferrandis Salvador, 131	96 439 56 66
52	Consum	BENICÀSSIM (Castellón)	Avda. Jaime I, 87	96 430 22 03
53	Consum	BENIDORM (Alicante)	Ibiza, 15	96 585 54 71
54	Consum	BENIDORM (Alicante)	Urano, 3	96 585 99 86
55	Consum	BENIMAMET (Valencia)	Avda.de la Estación, 39	96 340 48 49
56	Consum	BENISSA (Alicante)	Avda. Europa, s/n esquina Avda. Madrid	96 573 10 93
57	Consum	BURJASSOT (Valencia)	Avda. General Prim, 24-26	96 364 07 29
58	Consum	BURRIANA (Castellón)	Avda. Jaime Chicharro, 4	96 451 76 01
59	Consum	BURRIANA (Castellón)	Plaza José Iturbi, 2 - Ecofiesta	96 451 48 00
60	Consum	CALPE (Alicante)	Avda. Juan Carlos I / c/ Mistral, 2	96 587 42 79
61	Consum	CALLOSA SEGURA (Alicante)	Camino de la Serrana s/n	96 531 21 69
62	Consum	CANALS (Valencia)	Vicente Ferri, 30	96 224 33 06
63	Consum	CANET BERENGUER (Valencia)	Maximiliano Thous, s/n	96 260 85 18
64	Consum	CARAVACA (Murcia)	Juan Carlos I, s/n	96 870 72 00
65	Consum	CARCAIXENT (Valencia)	Alacant, 5	96 243 14 33
66	Consum	CARDEDEU (Barcelona)	Plaza Joan Alsina, 24	93 844 42 36
67	Consum	CARLET (Valencia)	Balaguer, 13	96 253 29 12
68	Consum	CASTELLAR DEL VALLES (Barcelona)	Portugal, s/n	93 715 89 80
69	Consum	CASTELLÓ (Castellón)	Avda. Chatellerault	96 423 55 33
70	Consum	CASTELLON (Castellón)	Paseo Morella, 33	96 424 33 11
71	Consum	CASTELLON (Castellón)	Avda. Valencia, 48	96 424 11 26
72	Consum	CASTELLÓN DE LA PLANA (Castellón)	Ronda Magdalena, 33	96 424 27 67
73	Consum	CASTELLÓN DE LA PLANA (Castellón)	Herrero, 51	96 420 63 89
74	Consum	CASTELLÓN DE LA PLANA (Castellón)	Polígono Rafalafena, 27	96 423 46 51
75	Consum	CATADAU (Valencia)	Carrer Nou, s/n	96 299 08 72
76	Consum	CATARROJA (Valencia)	Avda. Rambleta, 59	96 126 99 22
77	Consum	CATARROJA (Valencia)	Miguel Hernández, 36	96 126 76 96
78	Consum	CULLERA (Valencia)	Avda. Caminars Homens	96 173 08 03
79	Consum	CULLERA (Valencia)	Joanot Martorell, Carretera Faro, s/n	96 172 23 73
80	Consum	CHESTE (Valencia)	Avda.Castilla	96 251 13 13
81	Consum	CHIVA (Valencia)	Plaza Constitución, 4	96 252 29 28
82	Consum	DENIA (Alicante)	Avda.Carlos Sentí, 35	96 578 22 61
83	Consum	DENIA (Alicante)	Las Rotas (Sant Joan)	96 643 31 63
84	Consum	ELDA (Alicante)	Avda. Ruperto Chapi, 42	96 539 87 81

Enseña / Ensenya		Población / Població	Dirección / Direcció	Teléfono / Telèfono
85	Consum	ELDA (Alicante)	Murillo, 22	96 698 18 80
86	Consum	ELDA (Alicante)	Avda. Alfonso XIII-Zona actuación 9	96 538 78 20
87	Consum	ELX (Alicante)	Antonio Mora, 13	96 661 14 69
88	Consum	ELX (Alicante)	Avda. de Novelda, 113	96 543 12 43
89	Consum	ELX (Alicante)	Juan Diez	96 543 64 80
90	Consum	ENGUERA (Valencia)	Diputación, 16	96 222 44 41
91	Consum	GANDIA (Valencia)	Paseo Germanias, 67	96 287 07 91
92	Consum	GANDIA (Valencia)	Ferrocarril D' Alcoy, 113	96 287 56 53
93	Consum	GANDIA (Valencia)	Avda.Raval, 56	96 296 11 47
94	Consum	GAVA (Barcelona)	Avda. Joan Carles I, 29-31	93 633 67 25
95	Consum	GRANOLLERS (Barcelona)	Avda.Frances Macià, 67-68	93 879 43 44
96	Consum	HOSPITALET (Barcelona)	Avd. Masnou, 3	93 437 99 95
97	Consum	HOSPITALET (Barcelona)	Avda. Miraflores, 5	93 447 05 50
98	Consum	IBI (Alicante)	Avda.Provincia	96 655 15 94
99	Consum	JAVEA (Alicante)	P.P. Pou del Moro (J.Espronceda y G.Vega)	96 646 30 25
100	Consum	L'ALCUDIA (Valencia)	Avda.Antonio Almela, 65	96 254 02 00
101	Consum	L'ELIANA (Valencia)	Avda. Diputación, 14	96 275 01 50
102	Consum	L'OLLERIA (Valencia)	Avda.Diputación, 34	96 220 21 50
103	Consum	LOS ALCÁZARES (Murcia)	Avda. de la Libertad / Isla del Ciervo y del Sujeto	96 858 29 23
104	Consum	LLORET DE MAR (Girona)	Avda. Vila de Blanes, 165-167	97 237 65 21
105	Consum	MASSAMAGRELL (Valencia)	Avda. Valencia, 17	96 144 40 11
106	Consum	MATARÓ (Barcelona)	Jacinto Verdaguer, 23	93 755 53 80
107	Consum	MATARÓ (Barcelona)	Ronda Alfonso X El Sabio, 136	93 741 19 10
108	Consum	MAZARRÓN (Murcia)	Urbanización Camposol, Parcela CM1 Pol.Plan El Saladillo	96 819 91 86
109	Consum	MELIANA (Valencia)	Rey Don Jaime, 15	96 149 25 31
110	Consum	MISLATA (Valencia)	Avda. del Sur, 26	96 379 32 32
111	Consum	MISLATA (Valencia)	Padre Llansol, 15	96 359 79 00
112	Consum	MOJÁCAR (Almería)	Avda. Mediterráneo, 371 Parque Comercial Mojacar	95 047 22 26
113	Consum	MONSERRAT (Valencia)	Blasco Ibañez	96 298 61 50
114	Consum	MONTCADA (Valencia)	Creu Quintana, 3	96 139 41 72
115	Consum	MURCIA (Murcia)	Pina, 23 esquina C/Espronceda Huerto de las Bombas	96 829 00 22
116	Consum	MURCIA (Murcia)	Ronda Levante esquina Islas Canarias	96 824 33 05
117	Consum	NAQUERA (Valencia)	Ctra. Bétera-Náquera	96 168 03 40
118	Consum	NOVELDA (Alicante)	Avda. Constitución, 17	96 560 32 12
119	Consum	NULES (Castellón)	Ctra. Vall D' Uixó	96 467 11 11
120	Consum	OLIVA (Valencia)	Avda. Poeta Francisco Brines, s/n Av.Sisterón y c/Fonteta	96 283 99 82
121	Consum	OTLOT (Gerona)	Mosent - Verdeguer	97 227 16 16

Enseña / Ensenya		Población / Població	Dirección / Direcció	Teléfono / Telèfono
122	Consum	OLULA DEL RÍO (Almería)	Granada, 11	95 044 19 34
123	Consum	ONDARA (Alicante)	D. Fleming, 11	96 576 63 33
124	Consum	ONIL (Alicante)	Avda. Constitución, 43	96 655 73 09
125	Consum	ORIHUELA (Alicante)	Urbanzacion Los Altos H1/Pc1	96 532 72 29
126	Consum	ORIHUELA (Alicante)	Urbanización La Zenia Ctra.	96 676 03 04
127	Consum	ORIHULEA (Alicante)	Oriolanos Ausentes s/n	96 673 61 60
128	Consum	OROPESA DEL MAR (Castellón)	18 de Julio, 30	96 431 21 98
129	Consum	PSAGUNT (Valencia)	Palleter	96 268 31 80
130	Consum	PSAGUNT (Valencia)	San Vicente, s/n	96 268 19 82
131	Consum	PAIORTA (Valencia)	Santa Ana, 18	96 397 37 67
132	Consum	PATERNA (Valencia)	Alfàbega, s/n (Valterna)	96 135 90 59
133	Consum	PATERNA (Valencia)	Vicente Lerma , 6	96 137 32 83
134	Consum	PICANYA (Valencia)	Passeig de la Primavera	96 159 0 470
135	Consum	PICASSENT (Valencia)	San José, 12	96 124 20 99
136	Consum	PILAR DE LA HORADADA (Alicante)	Avda. Comunidad Valenciana, esq.Av.Velero	96 676 91 61
137	Consum	PILES (Valencia)	Camí Racó, s/n	96 283 18 08
138	Consum	PINEDA (Barcelona)	Garbí, s/n	93 769 30 47
139	Consum	PLAYA SAN JUAN (Alicante)	Polígono Parcial La Condomina, Parcela C1	96 526 32 08
140	Consum	POBLA DE FARNALS (Valencia)	Avda. de la Constitución, s/n	96 146 19 70
141	Consum	POBLA DE VALLBONA (Valencia)	Carretera Ademúz, Km 21	96 276 19 01
142	Consum	PUÇOL (Valencia)	Avda. Molí de Vent, 5	96 146 4 203
143	Consum	PUIG (Valencia)	Castellón , 12	96 147 01 36
144	Consum	QUART DE POBLET (Valencia)	Conde de Rodezno, s/n	96 152 14 42
145	Consum	RAFELBUNYOL (Valencia)	Avda. Camí de Cebolla, 22	96 141 25 21
146	Consum	REQUENA (Valencia)	Villajoyosa, 3	96 230 30 52
147	Consum	REUS (Tarragona)	Aigua Nova, 7	97 775 01 72
148	Consum	RIBA-ROJA (Valencia)	Ctra. Ribarroja-Valencia, 87	96 277 26 21
149	Consum	RIPOLLET (Barcelona)	Pedraforca, 2	93 586 32 50
150	Consum	ROJALES (Alicante)	Avda Jerez de la Frontera, esq. Avenida Salaman- ca, Urbanización Doña Pepa	96 673 10 82
151	Consum	ROQUETAS DE MAR (Almería)	Avda. del Sabinal, 100	95 017 13 88
152	Consum	SAGUNT (Valencia)	Los Huertos, 72	96 266 17 46
153	Consum	SALT (Gerona)	Passeig dels Paisos Catalans	97 224 56 94
154	Consum	SAN FULGENCIO (Alicante)	Fco.Quevedo y Luis Góngora (Urb.La Marina II Parc.C-1)	96 679 58 35
155	Consum	SAN FULGENCIO (Alicante)	Plaza de Sierra Castilla, 22 (Urb.La Marina)	96 679 02 86
156	Consum	SAN JAVIER (Murcia)	Avda. Aviación Española, 32	96 819 08 82
157	Consum	SAN VTE. RASPEIG (Alicante)	Ancha Catellar, 79	96 566 85 49
158	Consum	SAN VTE. RASPEIG (Alicante)	Ancha Catellar, 18	96 567 39 58
159	Consum	SANT BOI (Barcelona)	Franscesc Macià, 80	93 640 27 91
160	Consum	SANT BOI (Barcelona)	Industria, 20	93 661 73 22
161	Consum	SANT CUGAT (Barcelona)	Avda. Rius i Tauler, 49	93 590 26 10

Enseña / Ensenya		Población / Població		Dirección / Direcció	Teléfono / Telèfono
162	Consum	SANT JOAN (Alicante)		Jaime I, 7	96 565 69 91
163	Consum	SANT JOAN (Alicante)		Avda. Mutxamel / Foguerer José García	96 594 23 56
164	Consum	SANTA POLA (Alicante)		Finlandia, 1 - Urbanización Gran Alacant	96 669 73 98
165	Consum	SEDAVÍ (Valencia)		Avda. del País Valencià, 45	96 375 67 61
166	Consum	SEGORBE (Castellón)		Avda. España, 130	96 471 27 68
167	Consum	SILLA (Valencia)		Rambla Independencia	96 120 26 66
168	Consum	SILLA (Valencia)		Cooperativa Agrícola	96 121 42 40
169	Consum	SITGES (Barcelona)		Lluís Companys, 8	93 811 30 16
170	Consum	SUECA (Valencia)		Ronda Bernat Aliño	96 171 12 20
171	Consum	TARRAGONA (Tarragona)		Cardenal Cervantes, 37	97 724 71 13
172	Consum	TERRASA (Barcelona)		Prat de la Ribera, 160	93 736 35 90
173	Consum	TORRENT (Valencia)		San Valeriano, 9	96 156 00 20
174	Consum	TORRENT (Valencia)		Avda. País Valencià, 98	96 155 81 60
175	Consum	TORREVIEJA (Alicante)		Zoa, 75-77	96 670 20 20
176	Consum	TORREVIEJA (Alicante)		Avenida. Habaneras, 75	96 570 68 15
177	Consum	TORREVIEJA (Alicante)		Carretera Crevillente	96 571 50 42
178	Consum	TOTANA (Murcia)		Carretera Nacional, km 616	96 842 55 22
179	Consum	TURÍS (Valencia)		Arquitecto Juan Luis García Lozano, s/n	96 252 83 02
180	Consum	UTIEL (Valencia)		Ramón y Cajal, 14	96 217 45 56
181	Consum	VALENCIA (Valencia)		Alboraya, 31	96 389 16 80
182	Consum	VALENCIA (Valencia)		Archiduque Carlos, 63-65	96 358 08 22
183	Consum	VALENCIA (Valencia)		Arquitecto Alfaro, 5	96 367 48 80
184	Consum	VALENCIA (Valencia)		Avda. Burjasot, 126	96 348 01 82
185	Consum	VALENCIA (Valencia)		Avda. Cortes Valencianas, 22	96 340 64 80
186	Consum	VALENCIA (Valencia)		Avda. Peset Aleixandre, 78	96 348 02 83
187	Consum	VALENCIA (Valencia)		Avda. Puerto, 79	96 360 22 12
188	Consum	VALENCIA (Valencia)		Bachiller, 24	96 369 97 71
189	Consum	VALENCIA (Valencia)		Benissanó	96 383 55 43
190	Consum	VALENCIA (Valencia)		Cardenal Benlloch, 107	96 369 83 08
191	Consum	VALENCIA (Valencia)		Cardenal Benlloch, 54	96 369 52 25
192	Consum	VALENCIA (Valencia)		Cartagena, 4	96 382 27 37
193	Consum	VALENCIA (Valencia)		Castielfabib, 22 / Pl. Diputat Luis Lucía, 8 y Valle Ballester, 29	96 340 26 35
194	Consum	VALENCIA (Valencia)		Ceramista Ros, 13	96 378 56 87
195	Consum	VALENCIA (Valencia)		Dolores Marqués s/n	96 362 05 82
196	Consum	VALENCIA (Valencia)		Dr. Royo Vilanova, 4	96 377 05 14
197	Consum	VALENCIA (Valencia)		Fontanares, 5-7	96 377 82 88
198	Consum	VALENCIA (Valencia)		Fray Pedro Vives, 21-23-25	96 365 30 20
199	Consum	VALENCIA (Valencia)		General Llorens, 22	96 348 00 57
200	Consum	VALENCIA (Valencia)		Heroes Virgen de la Cabeza, 64	96 378 88 17
201	Consum	VALENCIA (Valencia)		Historiador Diago, 5-7	96 382 51 13
202	Consum	VALENCIA (Valencia)		Hospital, 1 bajo	96 394 14 78

Enseña / Ensenya		Población / Població		Dirección / Direcció	Teléfono / Telèfono
203	Consum	VALENCIA (Valencia)		Jesús, 98	96 380 28 54
204	Consum	VALENCIA (Valencia)		Llanera de Ranes, 24	96 378 71 52
205	Consum	VALENCIA (Valencia)		Matías Perelló, 46	96 374 90 12
206	Consum	VALENCIA (Valencia)		Mayor, 60 Barrio Nazaret	96 367 19 24
207	Consum	VALENCIA (Valencia)		Na Robella, 4	96 333 85 92
208	Consum	VALENCIA (Valencia)		Nicasio Benlloch, 80	96 349 73 67
209	Consum	VALENCIA (Valencia)		Obispo Jaime Pérez, 14	96 334 01 77
210	Consum	VALENCIA (Valencia)		Olivereta, 42	96 379 70 80
211	Consum	VALENCIA (Valencia)		Oltá, 50	96 334 68 63
212	Consum	VALENCIA (Valencia)		Padre Ferris, 20	96 340 04 08
213	Consum	VALENCIA (Valencia)		Padre Viñas s/n	96 366 41 80
214	Consum	VALENCIA (Valencia)		Periodista Gil Sumbiela	96 349 65 64
215	Consum	VALENCIA (Valencia)		Rodrigo de Pertegaz, 18-20	96 330 49 48
216	Consum	VALENCIA (Valencia)		San Vicente, 136	96 341 75 50
217	Consum	VALENCIA (Valencia)		Santos Justo y Pastor, 79	96 355 39 80
218	Consum	VALENCIA (Valencia)		Serrería, 43	96 371 31 19
219	Consum	VALENCIA (Valencia)		Sueca, 34	96 341 12 50
220	Consum	VALENCIA (Valencia)		Uruguay, 27	96 380 63 01
221	Consum	VERA (Almería)	Ctra. Garrucha - Villaricos, Playazo de Vera		95 061 82 97
222	Consum	VERGEL (Alicante)		Doctor Domenech, 12	96 575 10 06
223	Consum	VILAJOIOSA (Alicante)		Avda. Pianista Gonzalo Soriano, s/n	96 685 00 56
224	Consum	VILA-SECA (Tarragona)		Avda. Ramón d' Olzina	97 739 35 36
225	Consum	VILLAR DEL ARZOBISPO (Valencia)		Castellón 10-12	96 272 07 27
226	Consum	VILLARREAL (Castellón)		Avda. Cedre, 43	96 452 26 52
227	Consum	VILLENA (Alicante)		Avda. Constitución, 41	96 580 30 50
228	Consum	XIRIVELLA (Valencia)		Avda. Del Cami Nou, 70	96 383 02 03
229	Consum	XIRIVELLA (Valencia)		Maestro Rodrigo, 4	96 359 02 11
230	Consum	YECLA (Murcia)		Arzipestre E. Díaz, 63	96 879 55 52



SIEMPRE TIENES UN CONSUM CERCA DE TI. SEMPRE TENS UN CONSUM PROP DE TU.

Enseña / Ensenya		Población / Població	Dirección / Direcció	Teléfono / Telèfon
1	Consum Basic	AGOST (Alicante)	Avda. Doctor Fleming, 11	96 569 22 75
2	Consum Basic	AIELO DE MALFERIT (Valencia)	Reverendo Rafael Juan Vidal, 52	96 236 08 51
3	Consum Basic	ALBACETE (Albacete)	Tesifonte Gallego, 7	96 752 43 08
4	Consum Basic	ALBACETE (Albacete)	Avda. España, 29	96 722 61 51
5	Consum Basic	ALBALAT DE LA RIBERA (Valencia)	El Corralot, 29	96 249 22 81
6	Consum Basic	ALCÁCER (Valencia)	Santisima Trinidad, 92	96 124 02 47
7	Consum Basic	ALCALÀ DE XIVERT (Castellón)	Plaza Don Juan Vilanova, 17	96 441 04 72
8	ConsumBasic	ALCOI (Alicante)	Camí Alcoi, 77	96 554 21 71
9	Consum Basic	ALDAIA (Valencia)	Avda. II de Mayo, 16	96 150 87 10
10	Consum Basic	ALDAIA (Valencia)	Juan Ramón Jiménez, 37	96 151 86 11
11	Consum Basic	ALDAIA (Valencia)	Constitución, 15	96 154 01 65
12	Consum Basic	ALFAFAR (Valencia)	Gomez Ferrer, 8	96 376 54 49
13	Consum Basic	ALFAFAR (Valencia)	Poeta Miguel Hernández s/n	96 375 05 11
14	Consum Basic	ALGEMESI (Valencia)	Plaza Mercado, 9	96 248 13 94
15	Consum Basic	ALICANTE (Alicante)	Gastón Castelló, 28	96 517 93 59
16	Consum Basic	ALICANTE (Alicante)	Jimenez Cisneros, 27	96 525 07 19
17	Consum Basic	ALICANTE (Alicante)	Arzobispo Loaces, 17	96 522 88 74
18	Consum Basic	ALICANTE (Alicante)	(Babel - Alicante III)	96 511 13 69
19	Consum Basic	ALICANTE (Alicante)	Amistad, 6-B	96 510 14 72
20	Consum Basic	ALMENARA (Castellón)	Del Mur, 55	96 262 41 19
21	Consum Basic	ALMUSSAFES (Valencia)	Santa Ana, 24	96 178 24 81
22	Consum Basic	ALMUSSAFES (Valencia)	Mayor, 119	96 179 46 07
23	Consum Basic	ALQUERIAS DEL N. PERDIDO (Castellón)	Virgen de Gracia, 33-35	96 451 24 41
24	Consum Basic	ALTEA (Alicante)	Costa Blanca, s/n	96 584 34 12
25	Consum Basic	ALTEA (Alicante)	San Francisco / Ancla, s/n	96 688 13 16
26	Consum Basic	BADALONA (Barcelona)	Avenida Martí Pujol, 641-647	93 460 67 99
27	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Avda. Hospital Militar, 34	93 238 56 18
28	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Avda. Mare Deu Montserrat, 19	93 285 82 23
29	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Avda. Meridiana, 256	93 349 47 92
30	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Balmes, 430	93 254 07 45
31	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Berlin, 4	93 490 46 29
32	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Buenos Aires, 30	93 363 09 47
33	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Camelies, 39	93 285 82 09
34	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Cartagena, 293	93 435 41 57
35	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Casanova,142	93 323 07 90
36	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Escorial, 120	93 285 82 13
37	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Fabra i Puig, 53-57	93 311 61 55
38	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Gran de Gracia, 25	93 292 28 10
39	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Gran Vía Corts Catalanas, 321	93 292 46 54
40	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Jerusalen, 4	93 318 25 41
41	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Juan Bravo, 8-10	93 422 43 01
42	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Las Chafarinas, s/n	93 276 84 10

Enseña / Ensenya		Población / Població	Dirección / Direcció	Teléfono / Telèfon
43	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	L’Olivera, 38	93 292 47 26
44	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Llull, 465	93 305 57 34
45	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Mallorca, 354	93 458 11 90
46	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Mercat Sant Gervasi / Pl. Joaquim Folguera	93 254 07 41
47	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Nicaragua,110-112	93 419 79 42
48	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Numancia, 77	93 363 11 55
49	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Padilla, 306	93 435 84 87
50	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	París, 53	93 494 12 66
51	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Paseo de Valldaura, 172	93 350 62 62
52	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Provenza, 111	93 452 15 34
53	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Puigcerdà, 206	93 498 60 03
54	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Riu D’Or, 26	93 206 32 86
55	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Rogent, 63-65	93 456 47 62
56	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Roger de Flor, 85	93 231 08 57
57	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Ronda Guinardó, 52	93 446 22 44
58	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Rosello, 502-504	93 435 69 34
59	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Sant Gervasi, 83	93 418 54 50
60	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Sta. Amelia,31	93 205 16 09
61	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Travessera de Dalt, 34	93 218 03 77
62	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Travessera de les Corts, 230	93 490 84 33
63	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Travessera Gracia, 292	93 458 58 37
64	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Valencia, 478	93 232 80 18
65	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Valencia, 551	93 244 04 95
66	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Viladomat, 184	93 452 62 86
67	Consum Basic	BARCELONA (Barcelona)	Villarroel, 15	93 289 32 44
68	Consum Basic	BENEJUZAR (Alicante)	Luis Buñuel, esquina Carlos Ibañez	96 535 62 07
69	Consum Basic	BENIFAÍÓ (Valencia)	Trullas, 43	96 179 50 68
70	Consum Basic	BENIMAMET (Valencia)	Campamento, 28	96 363 64 50
71	Consum Basic	BENISSA (Alicante)	Avda. Pais Valenciano, 71	96 573 26 65
72	Consum Basic	BETERA (Valencia)	Salvador Giner, 42	96 169 12 17
73	Consum Basic	BETXI (Castellón)	Avda. Primero De Mayo, 86	96 462 22 59
74	Consum Basic	BLANCA (Murcia)	Federico Servet, s/n	96 845 92 82
75	Consum Basic	BOCAIRENT (Valencia)	Santa Águeda, s/n	96 235 05 33
76	Consum Basic	BORRIOL (Castellón)	Rey Don Jaime, 11	96 432 21 28
77	Consum Basic	BURJASSOT (Valencia)	Guillem de Castro, 28	96 364 41 14
78	Consum Basic	BURJASSOT (Valencia)	Pi i Margal,I 5	96 363 63 66
79	Consum Basic	BURJASSOT (Valencia)	Pintor Pinazo, 4	96 364 31 08
80	Consum Basic	BURRIANA (Castellón)	Avda. Mediterraneo, 22	96 458 67 28
81	Consum Basic	CASAS IBAÑEZ (Albacete)	Carretera Nacional 332, 76	96 746 13 74
82	Consum Basic	CASASIMARRO (Cuenca)	Concepción,8	96 748 82 03
83	Consum Basic	CASTELLAR (Valencia)	Vicente Puchol, 49	96 375 01 94
84	Consum Basic	CASTELLAR (Valencia)	Escultor Federico Siruana, 19	96 376 49 68

Enseña / Ensenya		Población / Població	Dirección / Direcció	Teléfono / Telèfon
85	Consum Basic	CASTELLON (Castellón)	Dr. Clara, 4	96 425 42 67
86	Consum Basic	CASTELLON (Castellón)	Ronda Magdalena, 64	96 425 37 55
87	Consum Basic	CATARROJA (Valencia)	Avda. Rambleta, 8 - Colón, 60	96 127 08 51
88	Consum Basic	CATRAL (Alicante)	Purísima, 34	96 572 36 30
89	Consum Basic	DOLORES (Alicante)	Avda. Alcalde Jose Rodriguez, 28	96 671 01 00
90	Consum Basic	ELX TORRELLANO (Alicante)	Avda. de Illice, s/n	96 568 00 58
91	Consum Basic	EL CAMPELLO (Alicante)	Avda. Ausias March, s/n - Avda. Xixona s/n	96 563 58 97
92	Consum Basic	EL MASNOU (Barcelona)	Italia, 50	93 540 08 29
93	Consum Basic	EL PERELLÓ (Valencia)	Avda. Sueca, c/ Roger de Lauria	96 177 06 07
94	Consum Basic	EL PINOSO (Alicante)	Badem Rico Lucas, s/n	96 547 75 64
95	Consum Basic	EL PRAT (Barcelona)	Avda. Vr. de Montserrat, 202	93 478 38 02
96	Consum Basic	ELCHE DE LA SIERRA (Albacete)	Avda. España, 8	96 741 13 70
97	Consum Basic	FAURA (Valencia)	Santa Bárbara, 80 / Valencia	96 260 07 23
98	Consum Basic	FOIOS (Valencia)	Pintor Sorolla, 1	96 149 49 19
99	Consum Basic	FONT DE LA FIGUERA (Valencia)	Plaza Mayor, 22	96 229 02 46
100	Consum Basic	FUENTE ALAMO (Murcia)	Manuel de Falla, 35	96 859 87 12
101	Consum Basic	FUENTEALAMO (Albacete)	Plaza Mayor, 22	96 229 02 46
102	Consum Basic	GARRUCHA (Almería)	Mayor, s/n	95 046 06 57
103	Consum Basic	GAVA (Barcelona)	Sant Lluís, 63	93 635 52 00
104	Consum Basic	GENOVES (Valencia)	Lepanto, 1	96 222 97 87
105	Consum Basic	HELLÍN (Albacete)	López de Oro, 43	96 730 52 19
106	Consum Basic	HOSPITALET (Barcelona)	Dr. Marti Julia, 133	93 432 39 41
107	Consum Basic	HOSPITALET (Barcelona)	Enric Prat de la Riba, 195	93 337 58 86
108	Consum Basic	HOSPITALET (Barcelona)	Avda.Severo Ochoa, 94	93 438 33 28
109	Consum Basic	IBI (Alicante)	Reyes Católicos, 13	96 655 08 19
110	Consum Basic	INIESTA (Cuenca)	Cañadas, 6	96 749 07 81
111	Consum Basic	JUMILLA (Murcia)	Canovas Del Castillo, 105	96 875 78 65
112	Consum Basic	LA TORRE (Valencia)	Avda. Real de Madrid,57	96 375 37 00
113	Consum Basic	L’ALCUDIA (Valencia)	Mayor, 16	96 254 12 19
114	Consum Basic	LEDAÑA (Cuenca)	Antonio Pérez, 9	96 749 25 04
115	Consum Basic	LLEIDA (Lleida)	del Centre, 4	97 321 27 04
116	Consum Basic	LLEIDA (Lleida)	Enric Pubill, 7 Balafia	97 324 78 17
117	Consum Basic	LLEIDA (Lleida)	Jeroni Pujades, 29	97 323 06 15
118	Consum Basic	LLEIDA (Lleida)	Vallcalent, 35	97 328 17 66
119	Consum Basic	MADRIGUERAS (Albacete)	Pasos,19	96 748 51 62
120	Consum Basic	MANISES (Valencia)	Moli De La Llum, 17	96 153 23 24
121	Consum Basic	MANUEL (Valencia)	Del Angel, 11	96 226 80 85
122	Consum Basic	MELIANA (Valencia)	Avda. Santa Maria, 3	96 149 14 18
123	Consum Basic	MISLATA (Valencia)	San Francisco de Asis, 4	96 370 28 68
124	Consum Basic	MISLATA (Valencia)	Turia, 8	96 383 10 56
125	Consum Basic	MONCOFAR (Castellón)	Colon, 35	96 457 93 55
126	Consum Basic	MONFORT (Alicante)	Avda De Aspe, 7	96 562 18 13

Enseña / Ensenya		Población / Població	Dirección / Direcció	Teléfono / Telèfon
127	Consum Basic	MONTCADA (Valencia)	Badia, 102	96 139 57 35
128	Consum Basic	MORELLA (Castellón)	Crtra. De Castellón, 2	96 416 08 42
129	Consum Basic	MUNERA (Albacete)	Mayor, 38	96 737 30 99
130	Consum Basic	MURCIA (Murcia) R	Navarra, s/n	96 828 64 90
131	Consum Basic	MUTXAMIEL (Alicante)	Avda. de Carlos Soler esq. Campello	96 595 29 18
132	Consum Basic	NULES (Castellón)	Santa Natalia, 3	96 467 33 33
133	Consum Basic	ONDA (Castellón)	Plaza del Pla, 25	96 460 24 17
134	Consum Basic	ONTUR (Albacete)	Pascual Abellan	96 732 38 18
135	Consum Basic	PAIORTA (Valencia)	Pais Valenciano ,8	96 397 50 58
136	Consum Basic	PATERNA (Valencia)	Avda. Blasco Ibañez, 47	96 138 50 53
137	Consum Basic	PEÑISCOLA (Castellón)	Maestro Bayarri, 24	96 446 77 91
138	Consum Basic	PEÑÍSCOLA (Castellón)	Avda. Estación, 39	96 448 13 42
139	Consum Basic	PICANYA (Valencia)	Avda. Marques del Turia, 7	96 159 28 57
140	Consum Basic	PICANYA (Valencia)	San Juan Bautista, 20	96 159 22 12
141	ConsumB Pen	PICASSENT (Valencia)	Avda. Sud, 57	96 123 12 79
142	Consum Basic	PINEDA (Barcelona)	Jaume Balmes, 15	93 762 95 10
143	Consum Basic	POBLA LLARGA (Valencia)	San Vicente, 23 - 25	96 297 02 34
144	Consum Basic	RAFAL (Alicante)	Dr. Fleming, 1	96 675 28 39
145	Consum Basic	REUS (Tarragona)	Plaza Conde Reus, 1	97 732 24 52
146	Consum Basic	RODA DE BARA (Tarragona)	Crta.Tarragona s/n	97 780 05 54
147	Consum Basic	SABADELL (Barcelona)	Corominas, 2-6	93 725 59 58
148	Consum Basic	SABADELL (Barcelona)	Ronda Zamenhof, 58-66	93 748 04 10
149	Consum Basic	SAGUNTO (Valencia)	Capitán Pallarés, 14	96 266 61 61
150	Consum Basic	SANT BOI (Barcelona)	Colón, 46	93 661 42 42
151	Consum Basic	SANT BOI (Barcelona)	Once Septiembre, 14	93 654 13 04
152	Consum Basic	SANT JUST (Barcelona)	Raval de la Creu, 42 (Mdo.)	93 470 12 00
153	Consum Basic	SANTA COLOMA (Barcelona)	Mas Mari, 43	93 466 51 48
154	Consum Basic	SILLA (Valencia)	Ausias March, 10	96 120 32 62
155	Consum Basic	SIMAT DE LA VALLDIGNA (Valencia)	Mayor, 26	96 281 03 52
156	Consum Basic	SOLLANA (Valencia)	Avda. dr. Santiago Vidal Soria, 18	96 174 12 60
157	Consum Basic	STA COLOMA DE GRAMANET (Barcelona)	Singuerlin	93 391 84 08
158	Consum Basic	TARAZONA DE LA MANCHA (Albacete)	La Virgen, 7	96 748 13 55
159	Consum Basic	TEULADA (Alicante)	Avda. Santa Catalina, 29	96 574 01 52
160	Consum Basic	TOBARRA (Albacete)	Principe De Asturias, 4	96 732 91 55
161	Consum Basic	TORREBLANCA (Castellón)	San Antonio, 34	96 442 05 27
162	Consum Basic	TORRENT (Valencia)	Avda. Pais Valenciano, 16	96 157 20 50
163	Consum Basic	TORRENT (Valencia)	L'Horta, 8	96 155 59 66
164	Consum Basic	TORRENT (Valencia)	Virgen de la Paz, 46	96 157 45 50
165	Consum Basic	TORREVEIJA (Alicante)	Avda. Diego Ramírez	96 571 32 90
166	Consum Basic	TOTANA (Murcia)	Santomera, 15	96 842 35 11
167	Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Amadeo Saboya, 15	96 393 19 17
168	Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Carteros, 71	96 357 11 23

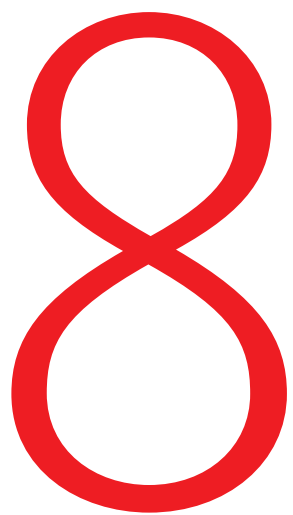
Enseña / Ensenya		Población / Població	Dirección / Direcció	Teléfono / Telèfon
169	Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Martínez Ferrando, 6	96 351 67 65
170	Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Avda Dr. Waskman, 37	96 334 42 76
171	Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Blasco Ibañez, 148	96 372 49 01
172	Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Salvador Rubio, 3	96 349 06 46
173	Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Serpis, s/n	96 389 06 00
174	Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Felipe Gauna, 9	96 372 98 02
175	Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Lorca,12	96 385 29 39
176	Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Jesús, 35-37	96 341 98 48
177	Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Plaza Rojas Clemente, 13	96 391 92 52
178	Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Amparo Iturbi, 71	96 395 85 18
179	Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	General San Martí, 8	96 380 58 51
180	Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Alfambra, 10	96 348 31 13
181	Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Avda. Constitución, 11	96 340 12 04
182	Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	José Esteve, 2	96 366 72 56
183	Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Enrique Navarro, 35	96 360 29 69
184	Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Pintor Zariñena, 7	96 391 96 77
185	Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Hermanos Maristas, 6	96 333 87 94
186	Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Marqués de Montortal, 99	96 366 74 50
187	Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Nicasio Benlloch, 12	96 340 69 44
188	Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Burriana, 2 y 6, esquina Maestro Gonzalvo - Crisol	96 333 06 90
189	Consum Basic	VALENCIA (Valencia)	Miguel Servet, 28 (Mercado Benicalap)	96 340 13 00
190	Consum Basic	VALLADA (Valencia)	Avda. dels Molinets, 14	96 225 72 14
191	Consum Basic	VILAFRANCA DEL CID (Castellón)	Juan Pablo Climent, 11	96 444 00 55
192	Consum Basic	VILAJOIOSA (Alicante)	Ramón i Cajal, 16-18	96 589 34 12
193	Consum Basic	VILAMARXANT (Valencia)	Crta. Pedralba, 69	96 271 21 03
194	Consum Basic	VILAVELLA (Castellón)	Crta. Vall D' Uixó, 32	96 467 70 74
195	Consum Basic	VILLAMALEA (Albacete)	Costerilla, 3	96 748 39 90
196	Consum Basic	VILLAREAL (Castellón)	Avda. Pio XII, s/n	96 452 52 92
197	Consum Basic	VINAROS (Castellón)	Avinguda País Valenciá, 13	96 440 14 24
198	Consum Basic	XERACO (Valencia)	Avda. de la Mota, s/n	96 288 80 20
199	Consum Basic	XILXES (Castellón)	Avda. Rey Don Jaime, 52	96 458 32 70
200	Consum Basic	XIXONA (Alicante)	Alicante, 2	96 561 28 01

Enseña / Ensenya		Población / Població	Dirección / Direcció	Teléfono / Telèfon
1	Charter	ADEMUZ (Valencia)	Avda. Valencia, 23	97 878 50 55
2	Charter	AGULLENT (Valencia)	Mayor, 36	96 290 70 42
3	Charter	AIGÜES (Alicante)	Pza. de la Iglesia, 18	96 569 05 60
4	Charter	ALBUIXEC (Valencia)	Mayor, 26	96 140 00 01
5	Charter	ALCUDIA DE CRESPINS (Valencia)	Miguel Hernández, 10	96 224 43 55
6	Charter	ALFARA DE ALGIMIA (Valencia)	Ave María, 6	96 262 60 40
7	Charter	ALTURA (Castellón)	Avda. Santuario, 37	96 414 64 49
8	Charter	ALZIRA (Valencia)	Favareta, 52	96 241 79 87
9	Charter	ANGLÉS (Girona)	Verneda, 15 bajo	97 242 14 53
10	Charter	ANNA (Valencia)	Manuel de Falla, 12	96 221 04 62
11	Charter	ANTELLA (Valencia)	Pintor Abril, 10	96 297 44 08
12	Charter	ARBOLEAS (Almería)	Venta Mateo, s/n	95 012 13 22
13	Charter	BANYERES (Alicante)	Juan XXIII, 6	96 656 71 07
14	Charter	BARCELONA (Barcelona)	Camí vell de la Pedrera, 12	93 354 76 19
15	Charter	BARCELONA (Barcelona)	Escocia, 8	66 958 52 37
16	Charter	BARCELONA (Barcelona)	Nou de la Rambla, 52	93 329 91 17
17	Charter	BARRAX (Albacete)	Parroco Don Juan, 2 Bajo	96 736 52 19
18	Charter	BARRIO CARMEL (Barcelona)	Mare de Deu dels Angels, 56-58	93 429 12 58
19	Charter	BARXETA (Valencia)	San Roque, 13	96 221 41 28
20	Charter	BÉLGIDA (Valencia)	Mayor, 8	96 290 10 77
21	Charter	BENIDORM (Alicante)	Maravall, 1	96 586 78 68
22	Charter	BENIDORM (Alicante)	Avda. Armada Española, 2	96 586 50 53
23	Charter	BENIFAIÓ (Valencia)	Espioca, 38	96 178 28 33
24	Charter	BENIFAIÓ (Valencia)	Juan Ramón Jimenez, 84	96 178 15 86
25	Charter	BENIFAIRO DE LA VALLDIGNA (Valencia)	Ricardo Romero,26	96 281 07 50
26	Charter	BENIGÀNIM (Valencia)	Real, 14	96 221 54 95
27	Charter	BENIPARRELL (Valencia)	Avda. Blasco Ibañez, 15	96 121 30 58
28	Charter	BETERA (Valencia)	Cmno. Alcublas, s/n	96 160 02 13
29	Charter	BETERA (Valencia)	C. Comercial Local C-4 (Mas Camarena)	96 168 75 64
30	Charter	BICORP (Valencia)	Maestro Serrano, 9	96 226 90 50
31	Charter	BOCAIRENT (Valencia)	Martí Calabuig, 10	96 235 05 96
32	Charter	BOLBAITE (Valencia)	Ramon y Cajal, 11	96 222 30 15
33	Charter	BOLNUEVO (Murcia)	Avda. Bolnuevo, 2	96 815 65 40
34	Charter	CABANES (Castellón)	Pza. Virgen del Buen Suceso, 26	96 433 12 83
35	Charter	CALAFELL (Tarragona)	Paseo Marítimo 181-188	97 716 34 89
36	Charter	CALDES DE MONTBUI (Barcelona)	Carretera comarcal 1415 km 1.925	93 840 45 70
37	Charter	CAMPDEVANOL (Girona)	Plaça Melcior Vaquer, 5	97 273 02 19
38	Charter	CANET DE BERENGUER (Valencia)	Jaime I, s/n	96 260 93 19
39	Charter	CAPELLADES (Barcelona)	Passeig Miguel I Mas, 11	93 801 37 02
40	Charter	CARCER (Valencia)	Alberique, 35	96 297 64 47
41	Charter	CARDENETE (Cuenca)	La Iglesia, 8	96 934 80 11
42	Charter	CASINOS (Valencia)	Avda. Valencia, 41	96 164 72 23

Enseña / Ensenya		Población / Població	Dirección / Direcció	Teléfono / Telèfon
43	Charter	CASINOS (Valencia)	Dr. Gomez Ferrer, 30	96 270 03 43
44	Charter	CASTELLBISBAL (Barcelona)	Juan Maragall, 9	93 771 18 28
45	Charter	CASTELLÓ DE RUGAT (Valencia)	Ausias March, s/n	96 281 42 31
46	Charter	CERDANYOLA DEL VALLÉS (Barcelona)	Francolín, 23	93 692 93 96
47	Charter	CORBERA ALCIRA (Valencia)	Avda. País Valencià, 12	96 256 11 52
48	Charter	CORNELLÀ DE TERRY (Girona)	Mayor,10	97 259 68 51
49	Charter	CULLERA (Valencia)	Vicente Grau Font, 16 Ed. Sta. Marta	96 172 62 38
50	Charter	CUNIT (Tarragona)	Avda. Can Nicolau, 22	97 767 25 13
51	Charter	CUNIT (Tarragona)	Julio César,6	97 716 09 58
52	Charter	CHELLA (Valencia)	Plaza Adolfo Gimenez Del Rio, 11	96 222 05 75
53	Charter	CHESTE (Valencia)	Avda. Castilla, 27	96 251 08 94
54	Charter	CHESTE (Valencia)	Chiva, 20	96 251 24 74
55	Charter	EL BRUC (Barcelona)	Bruc del Mig, 86	93 771 00 08
56	Charter	EL PAPIOL (Barcelona)	Plaza Gaudí, 1	93 673 14 22
57	Charter	EL SALER (Valencia)	Gola de Puchol, 6	96 161 04 89
58	Charter	FUENTEALBILLA (Albacete)	Plaza Mayor, 2	96 747 20 84
59	Charter	GAVARDA (Valencia)	Uno, 4	96 259 40 81
60	Charter	GELIDA (Barcelona)	Circumval.lació, 14	93 779 30 74
61	Charter	GODELLETA (Valencia)	Cervantes, 18	96 180 06 05
62	Charter	GODELLETA (Valencia)	Crta. Godelleta - Valencia KM 11,7 (Agip)	96 180 00 29
63	Charter	GODELLETA (Valencia)	Mayor, 8	96 180 04 02
64	Charter	GUADASSUAR (Valencia)	Jesús, 5	96 257 00 77
65	Charter	HIGUERUELA (Albacete)	Primo De Rivera, 10	96 728 72 90
66	Charter	JÉRICA (Castellón)	Rey Don Jaime, 79	96 412 95 10
67	Charter	LA REVA (Valencia)	Mallorca, s/n Pol. Ind. La Reva, Loriguilla	96 166 77 49
68	Charter	LANDETE (Cuenca)	Cuenca, s/n	96 936 14 27
69	Charter	LLAURI (Valencia)	San Vicente ,s/n	96 297 82 18
70	Charter	LLAURI (Valencia)	Plz. Libertad, 5	96 256 01 48
71	Charter	LLEIDA (Lleida)	Plaça Sant Pere,4	97 323 30 25
72	Charter	LLIÇÀ D’AMUNT (Barcelona)	Carretera BV-1432 KM 2,300	93 841 50 70
73	Charter	LLIRIA (Valencia)	Plaza Mayor, 26	96 279 03 81
74	Charter	LLOSA DE RANES (Valencia)	Ramon Beneito, 1	96 223 04 12
75	Charter	LLUTXENT (Valencia)	Dotze, 6	96 229 42 06
76	Charter	LLUTXENT (Valencia)	Monte Santo, 36	96 229 46 80
77	Charter	MANLLEU (Barcelona)	Plaza Bernadí, 5	93 851 25 00
78	Charter	MANRESA (Barcelona)	Plaza Bages, 10	93 874 95 82
79	Charter	MANZANERA (Teruel)	Tomas Maria Ariño,3	97 878 18 32
80	Charter	MASQUEFA (Barcelona)	Salvador Dalí, 7	93 772 75 82
81	Charter	MATARÓ (Barcelona)	Ronda Roca Blanca, 88	93 757 30 31
82	Charter	MATARÓ (Barcelona)	Crta. De Mata, 36	93 755 09 64
83	Charter	MIRA (Cuenca)	Obispo Sanguesa, 8	96 934 03 67
84	Charter	MOIXENT (Valencia)	San Alberto, 17	96 226 01 40

Enseña / Ensenya		Población / Població	Dirección / Direcció	Teléfono / Telèfon
85	Charter	MONTIXELVO (Valencia)	Lepanto, 2	96 289 70 13
86	Charter	MONTRÔI (Valencia)	Turis,15	96 255 54 10
87	Charter	MORA DE RUBIELOS (Teruel)	Avda. Ibañez Marín, 20	97 880 71 03
88	Charter	NAVARRES (Valencia)	Pintor Tarrasó, 62	96 226 63 91
89	Charter	OLIVA (Valencia)	Conde de Oliva, 8	96 285 06 07
90	Charter	OLOT (Gerona)	Bisbe Guillamet, 6	97 227 01 08
91	Charter	ORBA (Alicante)	San Antonio, 45	96 558 39 13
92	Charter	OROPESA DEL MAR (Castellón)	Urb.Marina D’ Or Edif. El Cano, 22-24	96 431 12 90
93	Charter	PALLEJA (Barcelona)	Plaza Mossent Jacint Verdaguer, 7	93 663 04 53
94	Charter	PATERNA (Valencia)	Casinos, 2	96 138 79 93
95	Charter	PATERNA (Valencia)	Ravanell, 6 -7 (Valterna)	96 135 69 21
96	Charter	PIERA (Barcelona)	Piereta, 63	93 778 83 31
97	Charter	PILES (Valencia)	Jose Pedros, s/n	96 283 16 04
98	Charter	PINEDO (Valencia)	Marino Villamil, 6	96 324 86 57
99	Charter	POBLA DE VALLBONA (Valencia)	Avda. Colón, 25	96 276 10 60
100	Charter	POBLA DEL DUC (Valencia)	Plaza Doctor Gomar, 1	96 292 71 44
101	Charter	POLINYÀ DEL XUQUER (Valencia)	Perales e Igual, 2	96 297 36 23
102	Charter	QUARTELL (Valencia)	La Iglesia, 3	96 263 66 47
103	Charter	QUATRETONDA (Valencia)	Ausias March,13-15	96 226 47 84
104	Charter	QUESA (Valencia)	Rey Amadeo, 5	96 225 60 80
105	Charter	QUINTANAR DEL REY (Cuenca)	Dulcinea, 11	96 749 65 63
106	Charter	RAFELGUARAF (Valencia)	Jaume I, 5	96 258 64 44
107	Charter	REUS (Tarragona)	Badalona, 10	97 733 26 87
108	Charter	ROCAFORT (Valencia)	Doctor Lopez Trigo, 4	96 131 06 80
109	Charter	ROQUETES (Tarragona)	Sant Ruf, 26	97 750 00 27
110	Charter	RUBIELOS DE MORA (Teruel)	Avda. Manuela Polo, s/n	97 880 71 03
111	Charter	SABADELL (Barcelona)	Ter, 69	93 727 02 30
112	Charter	SAGUNT (Valencia)	Con de la Malvarrosa, Poligono G	96 260 89 06
113	Charter	SANT ANDREU DE LA BARCA (Barcelona)	Esport, 5	93 682 38 60
114	Charter	SANT BOI (Barcelona)	Eusebi Guell, 43	93 654 02 81
115	Charter	SANT VICENT DELS HORTS (Barcelona)	Maestro Perez Moya,11	93 676 93 14
116	Charter	SANTA PERPETUA (Barcelona)	Pau Casals, 35	93 560 33 47
117	Charter	SEGUR DE CALAFELL (Tarragona)	Paseig Maritim, 255	97 716 02 99
118	Charter	SEGUR DE CALAFELL (Tarragona)	Avda. España, 92	97 716 33 77
119	Charter	SERRA (Valencia)	Virgen de los Angeles, 12	96 168 81 43
120	Charter	SITGES (Barcelona)	Camí de la Fita,30	93 894 16 92
121	Charter	ST. PERE DE RIBES (Barcelona)	Ortega i Gasset, 7	93 893 69 07
122	Charter	STA. COLOMA DE GRAMANET (Barce-lona)	Mossen Camil Rossell, 18	93 391 17 39
123	Charter	SURIA (Barcelona)	Pius Macià, 28	93 869 56 70
124	Charter	TALAYUELAS (Cuenca)	Obispo Almonacid, 4	96 936 32 06
125	Charter	TORREGROSSA (Lleida)	Travesia Lleida Ronda Sud, 4	97 317 09 32

Enseña / Ensenya		Población / Població	Dirección / Direcció	Teléfono / Telèfon
126	Charter	TORREVIEJA (Alicante)	San Julián, 36	96 570 43 19
127	Charter	TURIS (Valencia)	Jaume I, 5	96 252 67 11
128	Charter	ULLDECONA (Tarragona)	Murada de Baix, 52	97 772 01 48
129	Charter	VALENCIA (Valencia)	Pintor Rafael Solbes, 3	96 377 81 58
130	Charter	VILAMARXANT (Valencia)	Del Pozo, 7	96 165 02 54
131	Charter	VILLANUEVA CAST. (Valencia)	Carles Carbonell, 5	96 245 21 50
132	Charter	VILLAR DEL ARZOBISPO (Valencia)	La Musical, 7	96 164 63 35
133	Charter	VINALESA (Valencia)	Major, 6	96 149 80 26
134	Charter	VIVER (Castellón)	La Cadena, 1	96 414 10 88
135	Charter	VENTA DEL MORO (Valencia)	Lepanto, 10	96 217 81 84
136	Charter	YATOVA (Valencia)	Miguel Hernández, 1	96 250 83 16



Indicadores **de Sostenibilidad**

Indicadors **de Sostenibilitat**



Aspectos generales organizativos.
Aspectes generals organitzacionals.

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GRI	Pag. de la Memoria
A1. 1 Declaración de la dirección. A1. 1 Declaració de la direcció.	1.1	Pág. 4 y 6
A1. 2 Declaración del máximo órgano de decisión social. A1. 2 Declaració del màxim òrgan de decisió social.	1.1	Pág. 4
A1. 3 Descripción de los principales impactos, riesgo y oportunidades. A1. 3 Descripció dels principals impactes, riscos i oportunitats.	1.2	Pág. 21
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 primacia de les persones i de l'objecte social sobre el capital.	2.6	Pág. 17
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. 128
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. 30
A2. 3 Organigrama de la organización. A2. 3 Organigrama de l'organització.	2.3, 4.1, 4.2, 4.3	Pág. 12
A2. 4 Premios y reconocimientos recibos durante el período cubierto. A2. 4 Premis i reconeixements rebuts durant el període cobert.	2.10	Pág. 9
A3. 1 Período cubierto por la memoria. A3. 1 Període cobert per la memòria.	3.1	Pág. 9
A3. 2 Año de la memoria más reciente. A3. 2 Any de la memòria més recent.	3.2	Pág. 9
A3. 3 Ciclo de presentación de memorias (Anual, bienal,...). A3. 3 Cicle de presentació de memòries (Anual, bienal,...).	3.3	Pág. 9
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. 9
A3. 5 Limitaciones del alcance o cobertura de la memoria. A3. 5 Limitacions de l'abast o cobertura de la memòria.	3.7	Pág. 9
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, hipotesis i altres per obtenir els indicadors de desenvolupament.	3.9	Pág. 9
A3. 7 Modificaciones de informaciones dadas en otras memorias. A3. 7 Modificacions d'informacions donades en altres memòries.	3.10	Pág. 9
A3. 8 Cambios de metodología de información y cálculo utilizados respecto otro memorias. A3. 8 Canvis de metodologia d'informació i càlcul utilitzats respecte altres memòries.	3.11	Pág. 9
A3. 9 Tabla de contenidos GRI. A3. 9 Taula de continguts GRI.	3.12	Pág. 112-125
A3. 10 Tabla de contenidos Principios Economía Social. A3. 10 Taula de continguts Principis Economia Social.		Pág. 112-125
A3. 11 Validación de la memoria A3. 11 Verificació de la memòria	3.13	Pág. 126

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. 16
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. 16 y 24
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. 24
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. 24
C1. 5. Existencia de procesos que evaluen 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. 25 y 38
C1. 6. Existecia formal de definición del posicionamiento de los productos/servicios de la empresa y conoci- miento 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. 25 y 16

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. 38
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. 38
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. 38
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. 38

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. 28
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. 28
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. 28
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 (exce-dents capitalitzts o monetaris).	4.5	Pág. 28
C3. 5. Distribución entre los proveedores de capital, desglosado por interés sobre las deudas i préstamos, y di-videndos sobre acciones de todo tipo, con especificaciones de cualquier retraso de los dividendos preferentes. C3. 5. Distribució entre els proveïdors de capital, desglossat per interés sobre els deutes i préstems, i dividendes sobre accions de tot tipus, amb especificacions de qualsevol retard dels dividendes preferents.	EC1	Pág. 28
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. 28
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. 28
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	N.A.

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. 53
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. 38

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. 38
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 Màrketing.	PR6	Pág. 38

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. 39
C5. 4. Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalüen, 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. 39
C5.5. Número y tipología de incidentes derivados del incumplimiento de la legislación o de los códigos volun-tarios relacionados con los impactos de los productos y servicios en el ámbito de la información y el etiqueta-do o la salud y la ... C5. 5. Nombre i tipologia d'incidentes derivats de l'incompliment de la legislació o de los codis voluntaris relacionats amb els impactes dels productes i servicis en l'àmbit de la informació i l'etiquetat o la salut i la ...	PR2, PR4	Pág. 86

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. 39
C6. 2. Porcentaje de la facturación resultante del proceso de innovación. C6. 2. Percentatge de la facturació resultatnt del procés d'innovació.		Pág. 41

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. 45
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. 44
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. 44
C7. 4. Gastos e inversiones ambientales totales desglosadas por tipo. C7. 4. Despeses i inversions ambientals totals desglossades per tipus.	EN30	Pág. 45

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. 45
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. 46
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. 46
C9. 3. Tratamiento y destino de las aguas residuales generadas. C9. 3. Tractament i destí de les aigües residuals generades.	EN21	Pág. 47
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. 47

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. 47
C10. 2. Porcentaje de energía consumida proveniente de fuentes renovables. C10. 2. Percentatge d'energia consumida provinent de fonts renovables.	EN5	Pág. 48
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. 48
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. 50

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. 50
C11. 2. Medidas adoptadas para la minimizar la contaminación acústica. C11. 2. Mesures adoptades per a la minimització de la contaminació acústica.		Pág. 50

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. 51
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. 51
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. 51
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	N.A.

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.		N.A.
C13. 2. Medidas adoptadas para la minimización de la contaminación lumínica. C13. 2. Mesures adoptades per a la minimització de la contaminació lumínica.		Pág. 51

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. 51
C14. 2. Número total y volumen de vertidos accidentales más significativos C14. 2. Nombre total i volum de vessaments accidentals més significatius.	EN23	Pág. 51
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. 53
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. 60
C17. 2. Requisitos y condiciones para la salida de la organización. C17. 2. Requisits i condicions per a l'eixida de l'organització.		Pág. 60
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'altres i baixes.		Pág. 60
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. 60
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. 60
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. 61
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. 62
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. 62
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. 63 y 64
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. 60
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. 64

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. 18
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. 18
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’inteés.	4.17, PR5	Pág. 19

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. 72
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, por tipus de formació (promoció, prl, medi ambient, drets humans, altres).	LA10, LA11, HR3, HR8, SO3	Pág. 72
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. 73
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 específi- ca en economía social en l’últim any / total de membres de l’organització.	4.7	Pág. 73
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. 72
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. 72
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. 73

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. 58
C20. 2. Número total de personas desglosado por grupos de edad, sexo y región, especificando el personal discapacitado. C20. 2. Nombre total de persones desglossat per grups d’edat, sexe i regió, especificant el personal discapacitat.	LA2	Pág. 69
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. 70
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. 67
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. 69
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. 68
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. 31

Compromiso 21. Seguridad e higiene en el trabajo.
Compromís 21. Seguretat 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 (específica lugar de trabajo, básica, media o superior). C21. 1. Porcentaje de personas que ha rebut formació relacionada amb PRL a l’organització i de quin tipus (espe- cífica lloc de treball, bàsica, mig o superior).	LA8	Pág. 77
C21. 2. Índice de incidencia: número de accidentes con baja / total de la plantilla, por cada mil trabajadores ex- puestos. C21. 2. Índex d’incidència: nombre d’accidents amb baixa / total de la plantilla per cada mil treballadors exposats.	LA7	Pág. 77
C21. 3. Duración media de las bajas por accidente. C21. 3. Durada mitjana de les baixes per accident.	LA7	Pág. 76
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. 77
C21. 5. Descripción de las comisiones conjuntas de seguridad y salud compuestas por la dirección y los represen- tantes de los trabajadores, y proporción de la plantilla amparada por éstas. C21. 5. Descripció de les comissions conjuntes de seguretat i salut composades per la direcció i els representants dels treballadors, i proporció de la plantilla amparada per aquestes.	LA6, LA9	Pág. 76

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. 59
C22. 2. Número total de bajas desglosadas por: C22. 2. Nombre total de baixes desglossades per:	LA2	Pág. 59
Jubilaciones / Jubilacions		
Bajas voluntarias / Baixes Voluntàries		
Despidos / Acomiadaments		
Finalizaciones de contrato / Finalitzacions contracte		
C22. 3. Número de altas registradas. C22. 3. Nombre d'altres registrades.	LA2	Pág. 59
C22. 4. Rotación media de la plantilla desglosada por grupos de edad, sexo y región/pais. C22. 4. Rotació mitja de la plantilla desglossades per grups d'edat, sexe i regió/país.	LA2	Pág. 59

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. 71
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. 71
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. 72
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,EC1	Pág. 66
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 respresentats 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. 75
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. 63

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. 66
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. 67

Compromiso 25. Derechos humanos.
Compromís 25. Drets humans.

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GR	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. 17
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 suborns, corrupció, etc.) dintre de la política de responsabilitat social.	HR5,HR6,HR7,SO2,S04	Pág. 17
C25. 3. Existencia de una política de libertad de asociación. C25. 3. Existència d'una política de llibertat d'associació.		Pág. 17

Compromiso 26. Satisfacción del cliente.
Compromís 26. Satisfacció del client.

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GR	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.83
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.83
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.85
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.86

Compromiso 27. Intercooperación.
Compromís 27. Intercooperació.

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GR	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. 91
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. 91
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. 91
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. 91

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

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GR	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. 90
C28. 2. Adaptación a la identidad cultural de los territorios donde actúa la organización. C28. 2. Adaptació a la identitat cultural dels territoris on actúa l'organització.		Pág. 95 y 82
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. 91
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. 86

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

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GR	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. 35
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. 35
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. 35
C29. 4. Consideración de criterios ambientales en la selección de productos. C29. 4. Consideració de criteris ambientals en la selecció de productes.		Pág. 35

Compromiso 30. Competencia.
Compromís 30. Competència.

Indicadores Economía Social Indicadors Economia Social	Indicadores GRI Indicadors GR	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. 25
C30. 2. Número de denuncias por competencia desleal ganadas y perdidas. C30. 2. Nombre de denúncies per competència deslleial guanyats i perduts.	S07	Pág. 25

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.

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.

Consum autodeclara que cubre en su informe de Responsabilidad Social Empresarial los requisitos asociados al Nivel 1, el cual implica la información de un 93 % de los indicadores de la Economía Social definidos, incorporando como mínimo un indicador de cada principio.

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 a perfil, enfocament de gestió i indicadors de desenvolupament.

Esta Memòria de sostenibilitat de Consum S. Coop. V. ha sigut elaborada d'acord amb els indicadors dels Principis de l'Economia Social establits en el Manual especial per a l'Economia Social, Cicle preparatori per a l'elaboració de memòries de sostenibilitat GRI: Manual per a organitzacions petites i mitjanes, elaborat en el marc del Projecte RSE.COOP.

Consum autodeclara que cobrix, en el seu informe de Responsabilitat Social Empresarial, els requisits associats al Nivell 1, la qual cosa implica la informació d'un 93% 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
www.consum.es

07

MEMORIA ECONÓMICA

MEMÒRIA ECONÒMICA

COMENTARIOS MEMORIA GRAFICA

Todos los comentarios económicos que vamos a realizar seguidamente, están referidos a las Cuentas Anuales del ejercicio económico terminado el 31 de Enero de 2.008, donde las ventas están expresadas sin IVA.

VENTAS

Los ingresos por ventas ascienden a 1.325.527.656 euros. El crecimiento de la actividad de Consum, S.Coop.V. sobre el ejercicio anterior ha sido del 34,67%. Este crecimiento ha sido motivado por la apertura de nuevas tiendas, por el crecimiento a tiendas constantes, que en este ejercicio ha sido superior al 7% y la adquisición de sucursales durante el ejercicio a las empresas Dinosol, Caprabo y Sabeco.

MARGEN

El margen bruto de explotación ha ascendido a 376.990.710 euros, que supone un 28,44% sobre los ingresos por ventas. En términos absolutos, esto ha supuesto que el margen se ha incrementado un 41,54% sobre el dato del ejercicio anterior. Los gastos de explotación han supuesto el 26,36% de los ingresos por ventas con un importe en términos absolutos de 349.384.344 euros. El crecimiento en términos absolutos sobre el volumen de gastos del ejercicio anterior ha sido de 115.530.731 euros.

RESULTADOS Y CASH FLOW

Los resultados del ejercicio 2.007 han ascendido a 20.006.231 euros, que representan el 1,51% de los ingresos por ventas. Esta cifra supone una mejora sobre el presupuesto del ejercicio de 971.030 euros en términos absolutos y del 5,10% en términos relativos.

COMENTARIS MEMÒRIA GRÀFICA

Tots els comentaris econòmics que realitzarem seguidament estan referits als Comptes Anuals de l'exercici econòmic acabat el 31 de gener de 2008, on les vendes estan expressades sense IVA.

VENDES

Els ingressos per vendes ascendixen a 1.325.527.656 euros. El creixement de l'activitat de Consum, S.Coop.V. sobre l'exercici anterior ha sigut del 34,67%. Este creixement ha sigut motivat per l'obertura de noves tendes; pel creixement a tendes constants, que en este exercici ha sigut superior al 7%; i per l'adquisició de sucursals durant l'exercici a les empreses Dinosol, Caprabo i Sabeco.

MARGE

El marge brut d'explotació ha ascendit a 376.990.710 euros, que representa un 28,44% sobre els ingressos per vendes. En termes absoluts, això ha suposat que el marge s'ha incrementat un 41,54% sobre la dada de l'exercici anterior. Les despeses d'explotació han representat el 26,36% dels ingressos per vendes amb un import en termes absoluts de 349.384.344 euros. El creixement en termes absoluts sobre el volum de despeses de l'exercici anterior ha sigut de 115.530.731 euros.

RESULTATS I CASH FLOW

Els resultats de l'exercici 2007 han ascendit a 20.006.231 euros, que representen l'1,51% dels ingressos per vendes. Esta xifra suposa una millora sobre el pressupost de l'exercici de 971.030 euros en termes absoluts i del 5,10% en termes relatius.

EL CRECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD DE CONSUM SOBRE EL EJERCICIO ANTERIOR HA SIDO DEL 34,67%. EL CREIXEMENT DE L'ACTIVITAT DE CONSUM SOBRE L'EXERCICI ANTERIOR HA SIGUT DEL 34,67%.

Esta excelente consecución de resultados contribuye a mantener la buena tendencia de los últimos ejercicios, que nos permite abordar el ejercicio 2.008 con unas magníficas expectativas de generación de resultados.

El cash flow generado durante el ejercicio asciende a 47.249.729 euros, importe que supone el 3,56% de los ingresos netos por ventas y un incremento sobre los obtenidos en el ejercicio anterior del 33,78%.

BALANCE

Los epígrafes más importantes a destacar dentro del Balance son: las Inversiones y los Recursos Propios.

El importe de las Inversiones del ejercicio 2.007 ha ascendido a 250.715.044 euros, cuyo destino principal ha sido la apertura de nuevos establecimientos, la reforma integral de un número significativo de centros y la adquisición de 115 supermercados de las cadenas Dinosol, Caprabo y Sabeco. De igual forma, se ha dedicado una partida significativa de las mismas a la actualización y mejora de las plataformas de distribución.

Respecto a los Recursos Propios, estos alcanzan un importe de 170.448.630 euros, que implica un crecimiento sobre el ejercicio 2.006 del 10,61%, con un incremento en términos absolutos de 16.345.736 euros.

Este fortísimo crecimiento de los Recursos Propios aporta una imagen de mayor solidez a nuestros Estados Financieros, y refuerza la confianza en la estabilidad de los mismos, a la vez que es una garantía de continuidad en el tiempo de nuestra empresa.

EL FORTÍSIMO CRECIMIENTO DE LOS RECURSOS PROPIOS APORTA UNA IMAGEN DE MAYOR SOLIDEZ A NUESTROS ESTADOS FINANCIEROS. EL FORTÍSSIM CREIXEMENT DELS RECURSOS PROPIS APORTA UNA IMATGE DE MAJOR SOLIDESA ALS NOSTRES ESTATS FINANCERS.

Esta excel·lent consecució de resultats contribuïx a mantindre la bona tendència dels últims exercicis, que ens permet abordar l'exercici 2008 amb unes magnífiques expectatives de generació de resultats.

El cash flow generat durant l'exercici ascendix a 47.249.729 euros, import que suposa el 3,56% dels ingressos nets per vendes i un increment sobre els obtinguts en l'exercici anterior del 33,78%.

BALANÇ

Els epígrafs més importants que cal destacar dins del Balanç són les Inversions i els Recursos Propis.

L'import de les Inversions de l'exercici 2007 ha ascendit a 250.715.044 euros, que han tingut com a destí principal l'obertura de nous establiments, la reforma integral d'un nombre significatiu de centres i l'adquisició de 115 supermercats de les cadenes Dinosol, Caprabo i Sabeco. De la mateixa manera, s'ha dedicat una partida significativa d'estes inversions a l'actualització i millora de les plataformes de distribució.

Pel que fa als Recursos Propis, han assolit un import de 170.448.630 euros, xifra que implica un creixement sobre l'exercici 2006 del 10,61%, amb un increment en termes absoluts de 16.345.736 euros.

Este fortíssim creixement dels Recursos Propis aporta una imatge de major solidesa als nostres Estats Financers, i reforça la confiança en la seua estabilitat, alhora que és una garantia de continuïtat en el temps de la nostra empresa.

CUENTAS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS
para los ejercicios anuales terminados en 31 de enero de 2008 y 2007 (en euros)

COMPTES DE PÈRDUES I GUANYS
per als exercicis anuals acabats en 31 de gener del 2008 i 2007 (en euros)

GASTOS / DESPESES	EJERC. 07 / 08	EJERC. 06 / 07
2. Aprovisionamientos (nota 17 a) / Aprovisionaments (nota 17a)		
a) Consumo de mercaderías / Consum de mercaderies	939.316.313	711.538.538
b) Consumo de materias primas y otras materias consumibles / Consum de matèries primeres i altres matèries consumibles	9.220.633	6.403.418
3. Gastos de personal (nota 17 b) / Despeses de personal (nota 17 b)		
a) Sueldos, salarios y asimilados / Sous, salaris i assimilats	34.003.137	12.374.102
b) Cargas Sociales / Càrregues socials	8.509.487	3.558.505
4. Adquisiciones a los socios (nota 16 c) / Adquisicions als socis (nota 16 c)		
b) Servicios / Servicis	132.313.723	106.346.041
5. Dotaciones para amortizaciones de inmovilizado (notas 5 y 6) / Dotacions per a amortitzacions d'immobilitzat (notes 5 i 6)	35.351.093	23.540.371
6. Variación de las provisiones de tráfico / Variació de les provisions de tràfic		
b) Variación de provisiones y pérdidas de créditos incobrables (nota 17 c) / Variació de provisions i pèrdues de crèdits incobrables (nota 17 c)	169.465	(92.427)
7. Otros gastos de explotación / Altres despeses d'explotació		
a) Servicios exteriores / Servicis exteriors	139.222.703	87.158.451
b) Tributos / Tributs	1.677.249	2.173.312
c) Otros gastos de Gestión corriente / Altres despeses de Gestió corrent	2.825.364	232.756
I. BENEFICIOS DE EXPLOTACIÓN / BENEFICIS D'EXPLOTACIÓ	27.606.366	32.503.569
8. Gastos financieros y gastos asimilados / Despeses financeres i despeses assimilades		
c) Por deudas con terceros y gastos asimilados / Per deutes amb tercers i despeses assimilades	16.735.190	5.974.546
II. BENEFICIOS DE LAS ACTIVIDADES ORDINARIAS / BENEFICIS DE LES ACTIVITATS ORDINÀRIES	16.740.561	30.224.608
11. Pérdidas procedentes del inmovilizado inmaterial, material y cartera de control (nota 6) / Pèrdues procedents de l'immobilitzat immaterial, material i cartera de control (nota 6)	1.330.469	1.761.429
13. Gastos extraordinarios / Despeses extraordinàries	69.323	276.536
14. Gastos y pérdidas de otros ejercicios / Despeses i pèrdues d'altres exercicis	5.032	7.199.332
III. RESULTADOS EXTRAORDINARIOS POSITIVOS / RESULTATS EXTRAORDINARIS POSITIVUS	4.217.895	0.00
IV. BENEFICIOS ANTES DE IMPUESTOS / BENEFICIS ABANS D'IMPOSTOS	20.958.456	23.991.606
16. Impuesto sobre Sociedades (nota 14) / Impost sobre Societats (nota 14)	952.225	1.666.757
V. RESULTADO DEL EJERCICIO (BENEFICIOS) / RESULTAT DE L'EXERCICI (BENEFICIS)	20.006.231	22.324.849
18. Intereses de las aportaciones al capital social y de otros fondos (nota 3.1) / Interessos de les aportacions al capital social i d'altres fons (nota 3.1)	6.296.546	5.111.265
19. Dotación al fondo de formación y promoción cooperativa (nota 16 b) / Dotació al fons de formació i promoció cooperativa (nota 16 b)	1.811.049	1.815.633
VI. EXCEDENTE POSITIVO DE LA COOPERATIVA / EXCEDENT POSITIU DE LA COOPERATIVA	11.898.636	15.397.951

INGRESOS / INGRESSOS	EJERC. 07 / 08	EJERC. 06 / 07
1. Importe neto de la cifra de negocios (nota 17 d) / Import net de la xifra de negocis (nota 17 d)		
a) Ventas / Vendes	1.326.637.382	985.225.681
b) Prestaciones de servicios / Prestacions de servicis	645.482	230.384
c) Devoluciones y “rappels” sobre ventas / Devolucions i ràpels sobre vendes	(1.109.726)	(926.543)
4. Otros ingresos de explotación / Altres ingressos d'explotació		
a) Ingresos accesorios y otros de gestión corriente / Ingressos accessoris i altres de gestió corrent	3.565.320	733.469
b) Subvenciones (nota 11) / Subvencions (nota 11)	477.075	233.240
c) Exceso de provisiones de riesgos y gastos / Excés de provisions de riscos i despeses	0	240.405
I. PERDIDAS DE EXPLOTACIÓN / PÈRDUES D'EXPLOTACIÓ		
7. Otros intereses e ingresos asimilados / Altres interessos i ingressos assimilats		
c) Otros intereses / Altres interessos	5.869.385	3.695.585
II. RESULTADOS FINANCIEROS NEGATIVOS / RESULTATS FINANCERS NEGATIVUS	10.865.805	2.278.961
III. PERDIDAS DE LAS ACTIVIDADES ORDINARIAS / PÈRDUES DE LES ACTIVITATS ORDINÀRIES		
9. Beneficios en enajenación de inmovilizado inmaterial, material y cartera de control (nota 6) / Beneficis en alienació d'immobilitzat immaterial, material i cartera de control (nota 6)	3.285.135	1.665.836
12 Ingresos extraordinarios / Ingressos extraordinaris	2.335.167	1.213.980
13 Ingresos y beneficios de otros ejercicios / Ingressos i beneficis d'altres exercicis	2.417	124.479
IV. RESULTADOS EXTRAORDINARIOS NEGATIVOS / RESULTATS EXTRAORDINARIS NEGATIVUS	0.00	6.233.002

Las notas 1 a 23 descritas en la Memoria adjunta forman parte integrante de la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio 2007/08.
Les notes 1 a 23 descrites en la Memòria adjunta formen part integrant del compte de pèrdues i guanys de l'exercici 2007/08.

BALANCES DE SITUACIÓN a 31 de enero de 2008 y 2007 (en euros)

BALANÇOS DE SITUACIÓ a 31 de gener del 2008 i 2007 (en euros)

ACTIVO / ACTIU	EJERC. 07 / 08	EJERC. 06 / 07
A) SOCIOS POR DESEMBOLSOS NO EXIGIDOS / SOCIS PER DESEMBORSAMENTS NO EXIGITS	11.504.466	9.582.311
B) INMOVILIZADO / IMMOBILITZAT	570.538.343	373.396.614
II. Inmovilizaciones Inmateriales (nota 5) / Immobilitzacions immaterials (nota 5)	258.208.696	69.600.545
2. Concesiones, patentes, licencias, marcas y similares / Concessions, patents, llicències, marques i semblants	2.858.986	1.545.389
3. Fondo de Comercio / Fons de comerç	138.333.798	31.866.762
4. Derechos de Traspaso / Drets de traspàs	971.063	395.520
5. Aplicaciones Informáticas / Aplicacions informàtiques	5.535.498	5.604.747
7. Acondicionamiento de locales arrendados / Condicionament de locals arrendats	144.967.043	53.057.299
9. Amortizaciones / Amortitzacions	(34.457.692)	(22.869.172)
III. Inmovilizaciones Materiales (nota 6) / Immobilitzacions materials (nota 6)	302.726.150	284.249.790
1. Terrenos y Construcciones / Terrenys i construccions	157.014.601	130.961.717
2. Instalaciones técnicas y Maquinaria / Instal·lacions tècniques i maquinària	128.172.725	106.175.417
3. Utillaje y mobiliario / Utillatge i mobiliari	41.171.540	27.401.928
4. Anticipos e inmovilizaciones materiales en curso / Avançaments i immobilitzacions materials en curs	10.426.238	44.320.069
5. Otro inmovilizado y otras instalaciones / Un altre immobilitzat i altres instal·lacions	88.836.486	89.334.878
7. Amortizaciones / Amortitzacions	(122.895.440)	(113.944.219)
IV. Inmovilizaciones Financieras (nota 7) / Immobilitzacions financeres (nota 7)	9.603.497	19.546.279
3. Cartera de Valores a largo plazo / Cartera de valors a llarg termini	1.195.585	595.585
5. Otros créditos / Altres crèdits	701.364	14.900.093
6. Depósitos y fianzas constituidos a largo plazo / Depòsits i fiances constituïts a llarg termini	7.706.548	4.050.601
D) ACTIVO CIRCULANTE / ACTIU CIRCULANT	144.785.901	74.589.816
II. Existencias / Existències	80.013.183	50.295.432
1. Comerciales (nota 8) / Comercials (nota 8)	80.010.779	50.293.028
6. Anticipos / Avançaments	2.404	2.404
III. Deudores (nota 9) / Deutors (nota 9)	40.526.179	12.864.805
1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios / Clients per vendes i prestacions de servicis	4.714.553	3.672.178
3. Deudores varios / Deutors diversos	1.013.825	484.299
4. Personal / Personal	71.025	54.682
5. Administraciones Públicas / Administracions públiques	35.135.999	8.938.913
6. Provisiones / Provisions	(409.223)	(285.267)
IV. Inversiones Financieras Temporales (nota 7) / Inversions financeres temporals (nota 7)	14.323.084	5.096.961
5. Otros créditos / Inversions financeres temporals (nota 7)	14.323.084	5.096.961
V. Tesorería / Tresoreria	8.555.666	4.866.950
VI. Ajustes por periodificación / Ajustos per periodificació	1.367.789	1.465.668
TOTAL GENERAL (A+B+D) / TOTAL GENERAL (A+B+D)	726.828.710	457.568.741

PASIVO / PASSIU	EJERC. 07 / 08	EJERC. 06 / 07
A) FONDOS PROPIOS (nota 10) / FONS PROPIS (nota 10)	170.448.630	154.102.894
I. Capital suscrito cooperativo / Capital subscrit cooperatiu	114.835.642	100.130.923
III. Reservas / Reserves		
1. Fondo de reserva obligatorio / Fons de reserva obligatori	43.714.352	38.574.020
V. Excedente de la cooperativa / Excedent de la cooperativa	11.898.636	15.397.951
B) INGRESOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS / INGRESSOS PER A DISTRIBUIR EN DIVERSOS EJERCICIS	353.627	1.131.123
3. Otros ingresos a distribuir en varios ejercicios / Altres ingressos per a distribuir en diversos exercicis	353.627	1.131.123
C) FONDO DE FORMACION Y PROMOCION COOPERATIVA (nota 16 b) / FONS DE FORMACIÓ I PROMOCIÓ COOPERATIVA (nota 16 b)	1.811.063	1.836.702
D) PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS (nota 12) / PROVISIONS PER A RISCOS I DESPESES (nota 12)	369.863	456.715
3. Otras provisiones / Altres provisions	369.863	456.715
E) ACREEDORES A LARGO PLAZO / CREDITORS A LLARG TERMINI	214.215.966	49.115.947
III. Deudas con Entidades de Crédito (nota 13 a) / Deutes amb Entitats de crèdit (nota 13 a)	214.126.258	49.044.277
V. Otros Acreedores / Altres creditors	89.708	71.670
3. Fianzas y depositos recibidos a largo plazo / Fiances i depòsits rebuts a llarg termini	89.708	71.670
F) ACREEDORES A CORTO PLAZO / CREDITORS A CURT TERMINI	339.629.561	250.925.360
III. Deudas con Entidades de Crédito / Deutes amb Entitats de crèdit	68.577.010	54.445.391
1. Préstamos y otras deudas (nota 13 a) / Préstecs i altres deutes (nota 13 a)	66.348.133	53.976.425
2. Deudas por intereses / Deutes per interessos	2.228.877	468.966
IV. Deudas con empresas del grupo asociadas y socios / Deutes amb empreses del grup associades i socis	7.298.791	7.313.985
3. Deudas con socios (nota 13 b) / Deutes amb socis (nota 13 b)	7.298.791	7.313.985
V. Acreedores comerciales / Creditors comercials	202.090.326	144.753.290
2. Deudas por compras o prestaciones de servicios / Deutes per compres o prestacions de servicis	202.090.326	144.753.290
VI. Otras deudas no comerciales (nota 13 c) / Altres deutes no comercials (nota 13 c)	61.663.434	44.412.694
1. Administraciones Públicas / Administracions públiques	6.314.160	5.302.737
3. Otras deudas / Altres deutes	37.867.755	25.867.643
4. Remuneraciones pendientes de pago / Remuneracions pendents de pagament	17.481.519	13.242.314
TOTAL GENERAL (A+B+C+D+E+F) / TOTAL GENERAL (A+B+C+D+E+F)	726.828.710	457.568.741

Las notas 1 a 23 descritas en la Memoria adjunta forman parte integrante del balance de situación a 31 de enero de 2008
Les notes 1 a 23 descrites en la Memòria adjunta formen part integrant del balanç de situació a 31 de gener del 2008.



Avda. Alginet, nº1 - 46460 Silla (Valencia)
Tel. 90 050 01 26 - Fax 96 120 18 63
www.consum.es

