

MEMORIA CORPORATIVA 2025

HACIA EL FUTURO QUE QUEREMOS

consum
COOPERATIVA

MEMORIA CORPORATIVA 2025

HACIA EL FUTURO QUE QUEREMOS

consum

consum
Juntos es cooperativa

HACIA EL FUTURO QUE QUEREMOS

Después de más de 50 años de historia, hemos sido testigos de grandes cambios sociales, del impacto de la transformación digital en nuestras vidas y de cómo la tecnología ha ido entrando en los hogares y en nuestras tiendas. Han cambiado las rutinas, los gustos y hasta nuestra manera de comprar.

En este contexto, para Consum es momento de parar y reflexionar hacia dónde vamos. De seguir avanzando, sí, pero poniendo atención en el camino y con la mirada puesta en lo que vendrá.

Nuestro trabajo es, ante todo, un compromiso con la mejora continua y con la forma de hacer que define a nuestra cooperativa: crear empleo de calidad, apostar por la sostenibilidad y promover un consumo responsable, orientado a una experiencia de compra cada vez más personalizada. Todo ello con un objetivo claro: seguir construyendo un futuro mejor para todos, también para quienes vendrán después.

En esta memoria te contamos cómo hemos trabajado a lo largo de este año para seguir avanzando juntos hacia ese futuro que queremos en Consum.

ÍNDICE

MEMORIA
CORPORATIVA
2025

00 HACIA EL FUTURO QUE QUEREMOS

Echando la vista atrás. Francesc Llobell, Presidente de la Cooperativa 8
La visión de nuestro Director General, Antonio Rodríguez 10
Mucho más que números 12
Las personas en el centro 14
La sostenibilidad: pilar estratégico 16

01 HACIA LA COOPERATIVA QUE QUEREMOS

Modelo participativo 24
Buen gobierno 28
Modelo de negocio 31

02 HACIA LA CERCANÍA QUE QUEREMOS

Reparto equitativo 34
Más tiendas cerca de ti 36
Una gran red logística 43

03 HACIA LA FRESCURA QUE QUEREMOS

Apuesta por los productores locales 48
Eficiencia logística 50

04 HACIA LA INNOVACIÓN QUE QUEREMOS

Digitalizar para ofrecerte lo mejor 56
Evolución al servicio de las personas 62

05 HACIA EL BIENESTAR QUE QUEREMOS

Compromiso con el desarrollo y el bienestar 66
Promoción y desarrollo del talento 68
Creación de empleo de calidad 70
Seguridad y salud laboral 72
Formación y promoción 74
Tu bienestar es nuestra prioridad 76

06 HACIA LA EXPERIENCIA QUE QUEREMOS

Así se ahorra por ser socio 84
Los mejores anfitriones a tu servicio 86
Comunicación responsable 88

07 HACIA LA CALIDAD QUE QUEREMOS

Seguridad alimentaria 96
Compra saludable y sostenible 99

08 HACIA EL EQUILIBRIO QUE QUEREMOS

Conciencia ambiental real 102
Descarbonización 103
Economía circular de los recursos 110

09 HACIA EL COMPROMISO QUE QUEREMOS

Consumo responsable 116
Implicación y solidaridad 120

10 HACIA LA SOCIEDAD QUE QUEREMOS

Participamos en nuestra sociedad 128


ESCUCHAR
CUIDAR
VIAJE AL CENTRO DE consum
RECONOCER
gente consum
consum

00

HACIA EL FUTURO QUE QUEREMOS

consum

Un futuro que se piensa a largo plazo y se construye desde la responsabilidad.

Un futuro en el que crecer signifique hacerlo de forma equilibrada, cuidando de las personas, del entorno y de todo aquello que nos permite seguir avanzando con sentido.



> CELEBRAR NUESTRO 50 ANIVERSARIO HA SIDO UN HITO QUE NOS INVITA A MIRAR ATRÁS CON ORGULLO Y A SEGUIR AVANZANDO CON LA MISMA ILUSIÓN DEL PRIMER DÍA

ECHANDO LA VISTA ATRÁS

Francesc Llobell
Presidente de la Cooperativa

Acabamos de concluir un ejercicio que no olvidaremos. En 2025 hemos celebrado 50 años de trayectoria cooperativa en los que nuestro propósito ha estado siempre presente: escuchar, comprender y responder con honestidad a lo que esperan de nosotros las personas que forman parte de Consum. Esta identidad es esencial en un entorno marcado por la transformación constante y la incertidumbre geopolítica, ya que el contexto exige que las empresas estemos orientadas a las personas y la sociedad y sepamos adaptarnos a los cambios sin alejarnos de lo verdaderamente importante.

Celebrar nuestro 50 aniversario ha sido un hito que nos invita a mirar atrás con orgullo y, al mismo tiempo, a seguir avanzando con la misma ilusión del primer día. Los resultados alcanzados en este periodo reflejan la solidez de nuestra gestión y, sobre todo, nuestra capacidad de resiliencia con el foco puesto en lo esencial: crear valor para todos nuestros grupos de interés.

Estos buenos resultados se han consolidado año tras año gracias al trabajo y la dedicación de los socios trabajadores de nuestra Cooperativa, que han sido y siguen siendo el verdadero motor de Consum. Su compromiso cotidiano es el eje central de nuestras decisiones y el impulso que nos ha traído hasta aquí. Durante el pasado año 2025, hemos generado cerca de 1.300 nuevos puestos de trabajo, alcanzando una plantilla récord de más de 23.000 trabajadores. Además, somos la única empresa del sector certificada con el sello Efr de Empresa Familiarmente Responsable desde 2007, con calificación A de Excelencia. Cabe destacar, asimismo, que Consum es la primera empresa del sector retail en implementar el nuevo modelo efr bienestar, una evolución innovadora de la certificación efr que integra la salud física, mental y emocional en la cultura organizacional.

En la misma línea, como empresa de economía social, nos sentimos profundamente vinculados a las comunidades locales en las que estamos presentes. En el ámbito social y de la salud y, a través de nuestro Programa Solidario, impulsamos diversas medidas para promover el desarrollo sostenible y, especialmente, para poner fin al hambre y garantizar el acceso de todas las personas a una alimentación sana. Quiero destacar el Programa Profit de donación de alimentos, con el que hemos entregado más de 9.340 toneladas, ayudando a más de 93.000 personas. Detrás de cada cifra hay historias y necesidades reales, y ha sido posible gracias al compromiso de los más de 1.400 voluntarios de las diferentes entidades sociales con las que colaboramos.

Nuestro modelo de crecimiento sigue apostando por la cercanía y el desarrollo local. La expansión de nuestra actividad ha permitido abrir nuevas oportunidades de empleo y emprendimiento, contribuyendo al dinamismo económico de las comunidades donde estamos presentes. Al mismo tiempo, reforzamos nuestro compromiso con el entorno llevando nuestros servicios a zonas en las que aportamos valor social a través de las aperturas de nuestras franquicias Charter. Con ellas, Consum también da servicio a pequeñas localidades y barrios urbanos que no disponen de población suficiente para la implantación de un gran supermercado, creando un vínculo de colaboración con el comercio tradicional de cada zona y generando emprendimiento.

No me quiero despedir sin antes agradecer, de corazón, la confianza depositada en mi gestión como presidente de Consum durante estos 16 años de crecimiento compartido. Ha sido un honor presidir la Cooperativa y ver cómo el esfuerzo de todos se transformaba, paso a paso, en hitos y logros que hoy son patrimonio común. Gracias por acompañarnos, por creer y por construir, juntos, este proyecto que sin duda se encamina a paso firme hacia el mejor futuro posible, participativo, humano, solidario, sostenible... hacia el futuro que queremos.

LA VISIÓN DE NUESTRO DIRECTOR GENERAL

Antonio Rodríguez
Director General

Empezamos un nuevo ejercicio con la mirada puesta en el futuro y con la tranquilidad que nos da una trayectoria sólida. El año pasado alcanzamos un hito muy especial: nuestro 50 aniversario. Y fue un orgullo celebrarlo junto a todos los grupos de interés de la Cooperativa: trabajadores, clientes, proveedores, franquiciados, organizaciones y la sociedad en general, que nos acompañaron en distintos actos conmemorativos.

Ahora afrontamos una etapa que sigue creciendo más allá del medio siglo de historia, con los valores de siempre: un compromiso firme con las personas, la excelencia, la innovación y un crecimiento sostenible.

La economía y los mercados van avanzando hacia una normalización progresiva. En conjunto, 2025 se ha cerrado con un balance positivo para el sector de la distribución en España. Eso sí, siguen existiendo incertidumbres importantes en el contexto geopolítico internacional que invitan a la cautela, como el retraso del acuerdo con Mercosur o la evolución de las políticas arancelarias de Estados Unidos.

En 2025, el mercado de gran consumo se ha movido mucho y se ha consolidado una etapa de mayor estabilidad tras años de alta inflación. Aun así, hemos visto que el consumidor sigue muy pendiente del precio: busca activamente formas de ahorrar, valora la proximidad y, cada vez más, elige el supermercado como canal de compra.

Es normal que la incertidumbre y los cambios en los mercados generen inquietud. Pero si algo no ha cambiado ha sido la motivación y la dedicación diaria de nuestro equipo. Me siento orgulloso de dirigir la Cooperativa y quiero dar las gracias, de corazón, a todas las personas que forman Consum: gracias a vuestro esfuerzo e implicación, hemos ofrecido un servicio excelente a nuestros clientes y hemos cerrado el ejercicio con resultados muy destacados.

Este último año hemos crecido de forma significativa y seguimos dando pasos firmes para mejorar. Lo hacemos desde un modelo sólido que pone a las personas, la sostenibilidad y la rentabilidad en el centro de nuestra estrategia.

Las personas están en el centro de las decisiones de la Cooperativa, y hoy nuestra plantilla ya supera los 23.000 trabajadores. En 2025 creamos cerca de 1.300 empleos, el doble que el año anterior. Y, en los últimos diez años, la Cooperativa ha duplicado su plantilla, generando cerca de 10.000 puestos de trabajo estables y de calidad en las comunidades autónomas en las que estamos presentes. Ver cómo nuestros equipos crecen y evolucionan es una gran satisfacción y una motivación diaria.

En 2025 hemos mantenido nuestro ritmo de aperturas y hemos seguido creciendo de forma orgánica, con 18 nuevos supermercados Consum y más de 41 franquicias Charter. Además, hemos superado las previsiones, con unas ventas de 5.163,6 millones de euros, un 9,7% más que el año anterior.

Además, nuestro programa de fidelización Mundo Consum ha cumplido su 20º aniversario. Son ya dos décadas ayudando a los socios-clientes de la Cooperativa a optimizar su presupuesto familiar. En 2025, un 76,7% de los socios-clientes participaron en las ventas, y generamos 78,9 millones de euros en descuentos, un 13% más que en 2024.

2025 también ha sido un año importante para nuestros proyectos logísticos, porque seguimos apostando por infraestructuras que nos permitan crecer de forma sólida y ordenada. Hemos iniciado las obras de la nueva plataforma de Noblejas (Toledo) y también la construcción de la nueva plataforma integral de Logística Inversa en el polígono de la Zona Franca (Cataluña). Y seguimos avanzando en muchas iniciativas de sostenibilidad que reducen nuestro impacto: por ejemplo, ya hemos alcanzado las 120 tiendas neutras y tres plataformas logísticas neutras en CO2 (Murcia, Valencia y Barcelona).

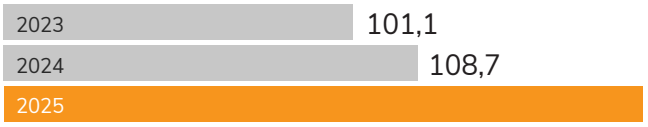
De cara a 2026, miramos al futuro que queremos construir con más claridad que nunca sobre de dónde venimos y quiénes somos. Seguiremos reforzando nuestros valores y trabajando con la convicción de que podemos contribuir a un mundo mejor, sin perder de vista algo esencial: nuestra prioridad, siempre, serán las personas.



> MIRAMOS AL FUTURO QUE QUEREMOS CONSTRUIR CON MÁS CLARIDAD QUE NUNCA SOBRE DE DÓNDE VENIMOS Y QUIÉNES SOMOS, SIN PERDER DE VISTA ALGO ESENCIAL: NUESTRA PRIORIDAD, SIEMPRE, SERÁN LAS PERSONAS

MUCHO MÁS QUE NÚMEROS

RESULTADOS
en millones de €



122,01

+12,27%

VENTAS
en millones de €



5.163,56

+9,69%

INVERSIONES
en millones de €



231,03

-0,8%

TIENDAS
supermercados



1.017

+59

SOCIOS-CLIENTES
millones de personas



5,3

+6,8%

CHEQUE REGALO
en millones de €



78,9

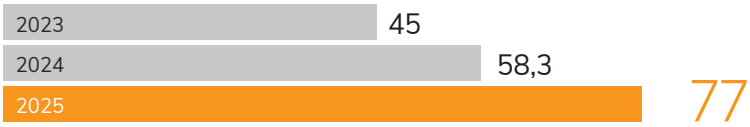
+13%

TRABAJADORES
personas



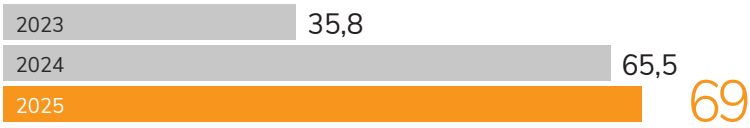
↗ +1.162

CONCILIACIÓN
en millones de €



3.345,41€ por trabajador

REPARTO DE RESULTADOS
en millones de €



3.311,88€ de media por socio trabajadores

INNOVACIÓN
en millones de €



↗ +26,4%

PROGRAMA PROFIT
en millones de €



↗ +17%

PAGO MEDIO A PROVEEDORES
días



98,35% de compras a proveedores nacionales

LAS PERSONAS EN EL CENTRO

Consum, S. Coop. V. es la mayor cooperativa española por número de socios y desarrolla su actividad mediante supermercados propios y franquicias Charter en Andalucía, Castilla-La Mancha, Cataluña, Comunidad Valenciana, Región de Murcia y Aragón.

Su modelo comercial se basa en supermercados de proximidad, variedad de marcas, productos frescos, venta al detalle y atención personalizada. Además, destaca su programa de ventajas Mundo Consum para socios-clientes, que ofrece importantes descuentos para el ahorro, tanto directos como en función de las preferencias personales, y por la excelente atención al cliente que ofrecen sus socios trabajadores.

El propósito de Consum se recoge en su Misión, Visión y Valores, los tres pilares sobre los que se sostiene su modelo empresarial.



MISIÓN:

TRABAJADORES COMPROMETIDOS. CLIENTES SATISFECHOS

Consum es una cooperativa polivalente formada tanto por socios trabajadores como por consumidores, lo que le otorga un doble propósito social. Por una parte, busca proporcionar a sus socios trabajadores empleo estable y de calidad; por otra, se esfuerza en ofrecer a sus socios-clientes productos de alimentación y para el hogar con la mejor relación calidad-precio, además de ofrecerles la información y formación necesarias para fomentar un consumo responsable. La misión de Consum nace de este doble propósito que se expresa en: "*Trabajadores comprometidos. Clientes satisfechos*", reflejando siempre un enfoque centrado en las personas.

VISIÓN:

SER UN MODELO DE EMPRESA REFERENTE EN EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN

Consum dirige todas sus acciones hacia una sola visión: convertirse en una cooperativa independiente, innovadora, honesta y sostenible, donde las personas clientas puedan elegir y acceder a precios competitivos.

VALORES:

ESCUCHAR PARA ACTUAR COMO UNA EMPRESA RESPONSABLE

Escuchar a los clientes, trabajadores, proveedores y al entorno; aportarles los productos, formación, información, bienestar, desarrollo y sostenibilidad que necesitan; y responsabilizarse de ello con compromiso, honestidad y respeto. Estos valores son los que guían a la Cooperativa e integran la sostenibilidad dentro su modelo de gestión.

LOS 4 PILARES DE NUESTRA ESTRATEGIA

En un entorno cada vez más dinámico y competitivo, las organizaciones deben adoptar un enfoque integral que nos permita crecer en todos los ámbitos. Esta estrategia se fundamenta en cuatro pilares: cliente en el centro, personas en el centro, sostenibilidad y rentabilidad empresarial. Estos cuatro pilares se conectan y se potencian entre sí, configurando una hoja de ruta sólida y responsable para nuestro presente y nuestro mañana.

El cliente pone en el centro a quienes dan sentido a nuestra existencia como Cooperativa, priorizando la experiencia, la cercanía y la personalización. El segundo pilar, el de la persona, reconoce que el talento humano de nuestros trabajadores es nuestro motor, impulsando el bienestar y el desarrollo. Por su parte, la sostenibilidad representa nuestro compromiso con el entorno y guía nuestras iniciativas hacia un impacto positivo a largo plazo en lo social, lo ambiental y lo económico. Y, por último, la rentabilidad asegura nuestra continuidad permitiendo que cada decisión sea también una inversión en el futuro.



LA SOSTENIBILIDAD: PILAR ESTRATÉGICO

La sostenibilidad constituye uno de los ejes principales en Consum, basada en los principios que rigen su modelo cooperativo. Como organización de economía social, su propósito es lograr un balance adecuado entre el desarrollo económico, el bienestar de las personas y la preservación del medio ambiente. La Política de Sostenibilidad de Consum se rige por los siguientes principios, que orientan todas sus acciones:

1. Garantizar el cumplimiento de todas las normativas aplicables, tanto internas como externas, fomentando una cultura ética y un comportamiento responsable en sus órganos de gobierno y trabajadores.

2. Respetar y promover los estándares en materia de derechos humanos, laborales, de expresión y asociación, así como asegurar la conservación del medio ambiente, enfocando su gestión ambiental en la lucha contra el cambio climático.

3. Impulsar alianzas y participar activamente en asociaciones, foros y proyectos colaborativos relacionados con la sostenibilidad.

4. Establecer mecanismos de participación basados en el diálogo y la transparencia con cada uno de sus grupos de interés.

5. Incorporar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés en la estrategia de la Cooperativa, generando valor compartido a largo plazo, tanto para la organización como para la sociedad en su conjunto.

Política de Sostenibilidad



Cinthya del Consum de Lleida



Maestra de la frescura del Consum de Moncofa (Castellón)

Respecto a este último principio, Consum ha establecido diversos canales para la comunicación con sus grupos de interés:



SOCIOS TRABAJADORES Y TRABAJADORES

VALOR COMPARTIDO

Tomar decisiones económicas a largo plazo, mantener un crecimiento sostenido y distribuir los resultados entre los socios trabajadores.

Crear puestos de trabajo estables, con condiciones laborales adecuadas, y promover el equilibrio entre la vida laboral, personal y familiar.

CANALES DE COMUNICACIÓN Y SU FRECUENCIA

Asamblea General (anual)	Intranet corporativa (continuo)
Juntas Preparatorias (trienal) e Informativas (anual)	BIS online y newsletter (mensual)
App Gente Consum (continuo)	Reunión de centro (mensual)
Comisiones delegadas del Comité Social (bimestral)	

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN

En 2025, se ha llevado a cabo la Encuesta de Clima Labora en Consum, con una participación global del 81% y una valoración de 3,91 sobre 5.



SOCIOS-CLIENTES Y CLIENTES

VALOR COMPARTIDO

Apostar por una experiencia de cliente basada en la atención y el respeto a las personas, con puntos de venta y servicios accesibles para todos.

Asegurar la comunicación responsable, así como la protección de los datos de carácter personal de socios y clientes.

Garantizar la seguridad y la calidad de los productos, y orientar la oferta hacia un consumo más saludable y sostenible.

CANALES DE COMUNICACIÓN Y SU FRECUENCIA

Asamblea General (anual)	Cartelería y megafonía en tienda (continuo)
Juntas Preparatorias (trienal)	Espacios de televisión y radio (mensual)
Revista *Entrenosotros* (bimestral)	Folletos comerciales (mensual)
Servicio de atención al cliente (continuo)	Extracto de compras y cheques regalo (mensual)
Sesiones de co-innovación (periódicas)	Redes sociales (continuo)

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN

La valoración del programa Mundo Consum se mide a través de encuestas que realiza el Área de Voz del Cliente, obteniendo un indicador NPS de 51,84 en el año 2025.



PROVEEDORES Y ACREEDORES

VALOR COMPARTIDO

Relacionarse con los proveedores y acreedores con transparencia.

Ofrecer estabilidad, márgenes y plazos de pago adecuados para toda la cadena y promover la innovación comercial.

Trabajar por una cadena de suministro más responsable y sostenible, especialmente en materia de respeto de los derechos humanos y protección del medio ambiente.

CANALES DE COMUNICACIÓN Y SU FRECUENCIA

Reuniones comerciales con gestores (periódicas)

Eventos con proveedores (puntuales)

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN

Consum se mantiene en 2025 en el puesto 2º en el ranking de *retailers* nacionales, según el estudio Benchmarking de AECOC valorado por los propios fabricantes de alimentación. Además, mantiene la 1ª posición en el ranking *Advantage Mirror* por séptimo año consecutivo.



FRANQUICIADOS

VALOR COMPARTIDO

Ofrecer formación, asistencia y asesoramiento a los franquiciados.

Relacionarse con transparencia, estabilidad y respeto de los acuerdos comerciales.

CANALES DE COMUNICACIÓN Y SU FRECUENCIA

Reuniones comerciales con responsables de zona (periódicas)

Formaciones de acompañamiento comercial (periódicas)

Eventos con franquiciados (puntuales)

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN

Cada año, los franquiciados evalúan la calidad del servicio de suministro proporcionado por la Cooperativa. En 2025, dicha valoración alcanzó una nota de 7,1 sobre 10.



SOCIEDAD

VALOR COMPARTIDO

Garantizar el cumplimiento de la normativa, así como ser leales con el mercado y la competencia.

Construir alianzas con todos los agentes de la sociedad, especialmente con otras entidades de la economía social.

Promover el desarrollo de las comunidades locales, e impulsar programas sociales de donación de alimentos y otras modalidades de colaboración.

CANALES DE COMUNICACIÓN Y SU FRECUENCIA

Reuniones en asociaciones (periódicas)

Eventos sociales (puntuales)

Notas de prensa (periódicas)

Entrevistas en medios (puntuales)

Firmas de convenios (puntuales)

Redes sociales (continuo)

Web corporativa (continuo)

Memoria Corporativa (anual)

Rueda de prensa de resultados (anual)

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN

Para medir la reputación corporativa, se realiza un estudio con la consultora *Reputation Institute*, en la que la Cooperativa ha obtenido una puntuación en 2025 de 70,4 sobre 100 en su Índice Reptrak.

La Estrategia de Sostenibilidad 2021-2025 se organiza en diez líneas de trabajo, que integran la sostenibilidad de forma transversal en la organización:

	ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD 2021-2025	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)	HITO EN 2025
1	GESTIONAR CON VALORES COOPERATIVOS		• Creación de un nuevo Departamento de Calidad y Atención al Cliente, que pasó a dirigir Lourdes Brugera Moreno. Ricardo Marí Sanchis pasó a liderar la Dirección de Logística y Silvia Lázaro Pérez se incorporó al frente de la Dirección de Socio-Cliente y Marketing. • Organización de 10 Juntas de Socios Trabajadores y 7 Juntas de Socios Consumidores repartidas por todo el arco mediterráneo.
2	CRECIMIENTO ECONÓMICO COMPARTIDO		• 69 millones de euros repartidos entre los socios trabajadores, lo que supone un reparto medio de 3.311,88€ por persona. • Inicio de las obras de la nueva plataforma de Noblejas (Toledo), una unidad logística que contará con centrales de Alimentación y No Alimentación, Frescos, Refrigerados, y Congelados. • 59 nuevos puntos de venta, entre supermercados propios y franquicias. • Tienda online presente en 600 localidades.
3	DESARROLLO LOCAL		• El 98,35% de compras son a proveedores españoles y el 68% a proveedores locales. • Promoción de los productos autóctonos apostando por denominaciones reconocidas de las zonas en las que la Cooperativa está presente. • El Programa TEO y Nodriza abarca el 69% de las compras de frescos, refrigerados y congelados con 255 proveedores y 19 empresas de transporte.
4	INNOVACIÓN PARA LAS PERSONAS		• 34 millones € de inversión en innovación, un 26,4% más que el ejercicio anterior. • Ampliación cajas autoservicio y digitalización de sistemas relativos a plataformas y proveedores. • Innovación en el surtido contando con la opinión de nuestros socios-clientes a través de reuniones, compras acompañadas, y encuestas.
5	TRABAJO, TALENTO Y BIENESTAR		• 1.162 nuevos puestos de trabajo, con una plantilla total de 23.031 personas. • Inversión de 77 millones de euros en conciliación. • Encuentro #DecirHaciendo sobre 'Bienestar emocional', donde se presentó la Nueva Estrategia de Personas y Bienestar de Consum.
6	AHORRO Y EXPERIENCIA DE CLIENTE		• 5,3 millones de socios-clientes. • 78,9 millones de € en descuentos a socios-clientes para favorecer el ahorro.
7	OFERTA SALUDABLE Y SOSTENIBLE		• Surtido de 15.883 referencias, 14% de marca propia. • Certificación AENOR del Sistema de Seguridad Alimentaria, por cuarto año consecutivo, y 28º aniversario de la ISO 9001:2015. • Reformulación saludable de 41 productos de marca propia.
8	REDUCIR EMISIONES Y RESIDUOS		• Consum cuenta con tres plataformas logísticas neutras en CO_2 (Murcia, Valencia y Barcelona) y ha alcanzado 120 tiendas neutras. • Se ha implementado el primer Plan de Movilidad en las plataformas de Zona Franca y El Prat de Llobregat. • Desde diciembre de 2025, las tarjetas de fidelización se emiten usando plástico 100% reciclado. • Consum renovó en 2025 la certificación Residuo Cero de AENOR en todas sus plataformas logísticas y sede central, reforzando su compromiso ambiental.
9	COMPROMISO SOCIAL Y SOLIDARIDAD		• 6ª edición del Concurso de Vídeos del Día Mundial del Consumidor "Pequeñas acciones para una alimentación sostenible". • 9.344,9 toneladas de productos donados a través del Programa Profit. • Consum colabora por decimonoveno año en la campaña "Llegir en valencià" de la Fundación Bromera, una iniciativa que fomenta la lectura, la cultura y las tradiciones valencianas.
10	ALIANZAS PARA LA COOPERACIÓN		• Por 12º año consecutivo, Consum se compromete con la acción de la Fundación Josep Carreras contra la leucemia. • Colaboración por cuarto año consecutivo en la campaña "La Compra de tu vida" de la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC).

La Política de Sostenibilidad se incorpora a la gestión empresarial mediante diversas Estrategias de Sostenibilidad. La Estrategia vigente para el periodo 2021-2025 está alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), contribuyendo al logro de dichas metas internacionales a través del cumplimiento de los objetivos establecidos por Consum.

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA E INFORMACIÓN DE SOSTENIBILIDAD 2025

De acuerdo con la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, Consum ha realizado el Estado de Información No Financiera (EINF) individual correspondiente al ejercicio anual 2025, y que se encuentra como anexo en su informe de gestión. El contenido del EINF incluye información adicional a la requerida por la normativa vigente en materia de información no financiera, en concreto incluye la Información sobre Sostenibilidad preparada por la Cooperativa para el mismo ejercicio en cuestión, siguiendo lo establecido en la Directiva (EU) 22/2464 sobre Información Corporativa en Materia de Sostenibilidad (CSRD, por sus siglas en inglés). Tanto el EINF, como la información sobre sostenibilidad, han sido objeto de verificación bajo un nivel de aseguramiento limitado por AENOR CONFÍA S.A.U., quien emitió con fecha de 20 de abril de 2026 su informe de verificación independiente sin salvedades.

Información no financiera



> CONSUM APOYA Y CONTRIBUYE A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE


consum
venidos | Benvinguts
TU FORMES PART:
BENVINGUT A LA TEVA COOPERATIVA

01

HACIA LA COOPERATIVA QUE QUEREMOS

consum

Un futuro sostenido por un modelo de gestión transparente, participativo y responsable.

Un futuro en el que la forma de tomar decisiones sea tan importante como las decisiones que se toman, porque el cómo también define quiénes somos.



MODELO PARTICIPATIVO

El modelo cooperativo de Consum permite la participación de todos sus socios, tanto trabajadores como consumidores, en la gestión de la organización. Según establecen los Estatutos, cada tres años se celebran las Juntas Preparatorias de Socios Trabajadores y Consumidores, en las que los socios interesados pueden presentarse para ser elegidos como delegados a la Asamblea General. Estas Juntas también sirven para informar sobre la actividad societaria y empresarial de la Cooperativa.

En 2025 se convocaron Juntas Preparatorias de Socios Trabajadores y Consumidores, para renovar a los delegados de la Asamblea General y elegir a los candidatos que formen el nuevo Consejo Rector de la Cooperativa. En concreto, se celebraron 10 Juntas de Socios Trabajadores y 7 Juntas de Socios Consumidores repartidas por todo el arco mediterráneo.

Los socios elegidos como delegados conforman la Asamblea General, el máximo órgano de decisión de Consum, que está compuesta por 150 delegados: 75 representantes de los socios trabajadores y 75 de los socios consumidores. En 2025, la Asamblea General contó con la participación de 142 delegados, lo que supuso una asistencia del 94,6%, con una representación femenina del 71,83%.

Cada cuatro años, la Asamblea General elige al Consejo Rector, el principal órgano de gobierno, representación y gestión de la Cooperativa, compuesto paritariamente por seis socios trabajadores y seis socios consumidores. Actualmente, el Consejo Rector está presidido por Francesc Llobell Mas y cuenta con una representación femenina del 58%. Este órgano delega la gestión de la Cooperativa en el Director General y el Consejo de Dirección, responsables de ejecutar los planes y decisiones aprobados.

El Consejo de Dirección está formado por 11 personas, al frente de las cuales se encuentra Antonio Rodríguez. Este último año, con el objetivo de responder a los retos actuales del sector, Consum ha reorganizado su Consejo de Dirección y ha creado un nuevo Departamento de Calidad y Atención al Cliente cuya dirección fue asumida por Lourdes Brugera Moreno, hasta ese momento directora de Logística. En su lugar, Ricardo Marí Sanchis pasó a liderar la Dirección de Logística, tras haber desempeñado el cargo de director de Socio-Cliente y Marketing. Este último cargo fue ocupado por Sílvia Lázaro Pérez, quien promocionó desde su anterior puesto de ejecutiva de Compras de Alimentación Salada. Todos estos nombramientos fueron ratificados por el Consejo Rector y entraron en vigor a partir del 1 de octubre de 2025.

Además, Consum cuenta con el Comité Social y sus Comisiones Delegadas, órganos que facilitan la comunicación y el asesoramiento a los socios trabajadores en materia socio-laboral. Este Comité está formado por 18 representantes, elegidos cada cuatro años para representar a los socios trabajadores en las distintas zonas de la Cooperativa. El Comité Social está presidido por Inmaculada Costa.

Por otro lado, el Consejo Rector dispone de una Comisión de Auditoría, encargada del control interno, la prevención de riesgos corporativos y el cumplimiento de los requisitos exigidos a Consum, como entidad de interés público. Asimismo, la Cooperativa cuenta con una Comisión de Recursos, formada por cuatro socios consumidores, que actúa como instancia a la que los socios pueden recurrir en caso de desacuerdo con decisiones del Consejo Rector que les afecten.



> EN 2025 SE CONVOCARON JUNTAS PREPARATORIAS DE SOCIOS TRABAJADORES Y CONSUMIDORES PARA RENOVAR A LOS DELEGADOS DE LA ASAMBLEA GENERAL Y ELEGIR A LOS CANDIDATOS QUE FORMAN EL NUEVO CONSEJO RECTOR

Votación durante la Asamblea General de 2025

ORGANIZACIÓN SOCIAL

COMISIÓN DE RECURSOS

Presidente: Miguel Antonio Montagut Gómez
Secretaría: Mª Remedios Alarcón Carbó
Vocalías: José Manuel Campo Ruíz, Mario Molla Romano

JUNTAS PREPARATORIAS DE SOCIOS CONSUMIDORES

ASAMBLEA GENERAL DE DELEGADOS

CONSEJO RECTOR

JUNTAS PREPARATORIAS DE SOCIOS TRABAJADORES



VICESECRETARÍA
Ana Isabel
Cano García



SECRETARÍA
María Rosa
Sánchez Martínez



VICEPRESIDENTA
Lorena
Mateu Primo



PRESIDENTE
Francesc
Llobel Mas



VOCAL 1º
María Cristina
Durá Valero



VOCAL 2º
Gabriel
Bejerano Parra



VOCAL 3º
Ricardo
Díaz Sánchez



VOCAL 4º
Belén
Caballer Oviedo



VOCAL 5º
Enrique
Cerezo Cebrián



VOCAL 6º
Marta
Lleó del Caño



VOCAL 7º
Fernando
Aliaga García



VOCAL 8º
María Jesús
Márquez Díaz

COMITÉ SOCIAL

Presidenta:
Inmaculada Costa Hernández
Vicepresidenta:
Francisca Bayarri Soriano
Secretaría:
Elvira Tarazona Tarazona
Vocalías:
Juan Antonio Ramos Almansa, Laura Pastor Miguens, Santiago Mora Garrido, Nieves Faubell Valls, María Ángeles Navarro Vegara, María Pilar Minaya García, Beatriz Mas Tarazona, Víctor Palomino Roca, Blas Ribera Francés, Yolanda Ortega Puig, Esther Fernández Grau, Rafael Díaz-Flores Sanchís, Rosa María Pacheco Ortega, Ana Belén Navarro Galera, Noelia Miranda Cámara, Jessica Vinuesa Amador

COMISIONES DELEGADAS

COMISIÓN DE AUDITORÍA

Presidenta: Mª Jesús Márquez Díaz
Secretaría: María Rosa Sánchez Martínez
Vocal: Enrique Cerezo Cebrián

ORGANIZACIÓN DE LA GESTIÓN

DIRECCIÓN GENERAL → CONSEJO DE DIRECCIÓN



DIRECTOR GENERAL
Antonio Rodríguez Lázaro



DIRECTORA DE ADMINISTRACIÓN
María Sánchez Alcaraz



DIRECTOR DE COMPRAS
Manuel García Álvarez



DIRECTORA DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE
Lourdes Brugera Moreno



DIRECTOR DE DESARROLLO
Emilio Bermell Carrión



DIRECTOR DE FINANCIERO Y TIC
Amadeo Ferrer Bayarri



DIRECTOR DE GESTIÓN DE TIENDAS
Juan Vicente Ríos Mascarell



DIRECTOR DE LOGÍSTICA
Ricardo Marí Sanchis



DIRECTOR DE PERSONAS Y BIENESTAR
Pedro Hernández Quiroga



DIRECTOR DE RELACIONES EXTERNAS
Francisco Javier Quiles Bodí



DIRECTORA DE SOCIO-CLIENTE Y MARKETING
Silvia Lázaro Pérez

COMPOSICIÓN DE LOS ÓRGANOS DE GOBIERNO

	CONSEJO RECTOR	CONSEJO DE DIRECCIÓN	COMISIÓN DE AUDITORÍA
MIEMBROS EJECUTIVOS	50%	100%	67%
REPRESENTACIÓN DE ASALARIADOS O TRABAJADORES	0%	0%	0%
MIEMBROS CON EXPERIENCIA EN EL SECTOR, PRODUCTOS Y UBICACIONES GEOGRÁFICAS	100%	100%	100%
MUJERES	58%	27%	67%
MIEMBROS INDEPENDIENTES	0%	No aplica	0%

BUEN GOBIERNO

Consum dispone de un modelo interno de buen gobierno, orientado a prevenir cualquier incumplimiento de las normativas internas o externas, así como promover el comportamiento ético entre las personas de la organización. Este modelo refuerza los sistemas de gestión de la Cooperativa para lograr que sean más transparentes, eficientes y democráticos.

POLÍTICAS CORPORATIVAS

Además de la Política de Sostenibilidad, la Cooperativa dispone de una serie de políticas corporativas de carácter ambiental, social y de gobernanza (ASG) que desarrollan y regulan diferentes aspectos de su gestión. A propuesta de la Dirección, el Consejo Rector es el órgano responsable de aprobar las políticas corporativas, cuyo seguimiento se realiza por la Comisión de Auditoría. Las políticas se comunican a todos los trabajadores y están disponibles en diferentes canales de comunicación, como la web, la App Gente Consum o en tablones de anuncios situados en los centros de trabajo. Las principales políticas se recogen a continuación:

DIMENSIÓN AMBIENTAL (A)

- **Política de Sostenibilidad (2021)**
- **Política Ambiental (2022)**

DIMENSIÓN SOCIAL (S)

- **Políticas de Personal (2017)**
- **Política de Donaciones y Patrocinios (2019)**
- **Política de Calidad y Seguridad Alimentaria (2022)**
- **Política de formalización de contratos de franquicia y otros de diversa índole con socios trabajadores y trabajadores de la cooperativa (2024)**
- **Política de Comunicación (2025)**

DIMENSIÓN DE GOBERNANZA (G)

- **Política de Prevención de Riesgos Legales-Modelo de prevención de delitos (2019)**
- **Política de redacción y revisión de contratos (2019)**
- **Política de regalos e invitaciones (2019)**
- **Política Fiscal (2021)**
- **Política de pagos (2021)**
- **Política de Partes Vinculadas y Conflictos de Interés (2021)**
- **Política de procedimientos contables (2021)**
- **Política de control y gestión de riesgos (2022)**
- **Política de seguridad de la información (2022)**
- **Política de obras e inversiones (2023)**
- **Política de contratación de familiares en la Cooperativa (2024)**
- **Política de detección, prevención y control de fraudes e irregularidades (2024)**

CÓDIGOS DE BUEN GOBIERNO Y DE ÉTICA Y CONDUCTA

Los dos instrumentos que recogen los compromisos en materia de conducta empresarial responsable de la Cooperativa son su Código de Buen Gobierno Corporativo y su Código de Ética y Conducta. Estos códigos fueron elaborados por el Consejo de Dirección y aprobados por el Consejo Rector en 2012 y 2018 respectivamente.

El Código Consum de Buen Gobierno recoge los compromisos voluntarios de los órganos de gobierno para garantizar una gestión más íntegra y transparente, fortaleciendo la confianza de los grupos de interés. Por su parte, el Código de Ética y Conducta establece principios de actuación para los trabajadores en su labor diaria y en sus relaciones con proveedores, administraciones públicas y medios de comunicación. Ambos códigos incluyen normas para prevenir y erradicar conductas ilegales o no éticas, así como principios de protección medioambiental y derechos humanos.

El Código Ético se comunica a los trabajadores mediante una cláusula en su contrato y está disponible en la intranet corporativa y la App Gente Consum. Además, los contratos con proveedores y otros grupos de interés incluyen una cláusula ética que exige su cumplimiento. Para asegurar su difusión, ambos códigos están disponibles en la web de la Cooperativa en varios idiomas.

Código de buen gobierno

Código de ética y conducta



Compañeras del Departamento de Socio-Cliente de Consum en la Sede de Silla

COMITÉ DE ÉTICA, SISTEMA INTERNO DE INFORMACIÓN Y CANAL DE DENUNCIAS

Para asegurar el buen funcionamiento de la Cooperativa, existe un Comité de Ética, que ofrece asesoramiento ético y jurídico a los trabajadores, y un Oficial de Cumplimiento, encargado de evaluar los riesgos legales de Consum y verificar que los mecanismos de prevención sean adecuados.

En cumplimiento de la Ley 2/2023, que regula la protección de las personas que informan sobre infracciones y la lucha contra la corrupción, el Consejo Rector aprobó en 2023 la creación del Sistema Interno de Información (SII) de Consum y su protocolo de implantación, disponible en la web corporativa. Además, Consum ya disponía de un Canal de Denuncias, que permite a los grupos de interés informar sobre conductas ilegales o contrarias a la ética de la Cooperativa, para su corrección. Con la creación del SII, se han unificado todos los canales de denuncia en uno solo. Dependiendo del tipo de denuncia, se remite a los responsables correspondientes dentro de la organización. Las denuncias pueden realizarse de forma anónima y se garantiza confidencialidad total, así como protección frente a represalias, discriminación o penalización. El Canal de Denuncias está accesible en la web de Consum.

Canal de denuncias

MAPA DE RIESGOS

La Cooperativa dispone de un Mapa de Riesgos 360 y un Modelo de Prevención de Delitos global para todas las operaciones de la organización, en el que se evalúan los riesgos relacionados con la corrupción. Para cada riesgo se han definido a su vez diferentes medidas de contingencia, que se evalúan anualmente y se reportan a la Comisión de Auditoría y al Consejo de Dirección.



María y Sheila del Consum de Lleida



> CONSUM SE DIFERENCIA POR SU ENFOQUE EN LA PARTICIPACIÓN DE LOS SOCIOS Y LOS VALORES COOPERATIVOS

Maestra de la Frescura en el Consum de Lleida

MODELO DE NEGOCIO

La estructura y funcionamiento de Consum se diferencian de otras cadenas de distribución por su enfoque en la participación de los socios (tanto trabajadores como consumidores) y los valores cooperativos. A continuación, se detallan los elementos clave del modelo, con la siguiente propuesta de valor:

MODELO DE TIENDA DE PROXIMIDAD, mediante tiendas propias con amplia superficie de sala de venta y aparcamiento, combinadas con franquicias Charter, que dan servicio de conveniencia en pequeñas poblaciones y barrios urbanos.

LIBERTAD DE ELECCIÓN PARA EL CLIENTE, con un amplio y variado surtido de marcas de fabricante a su disposición, con productos frescos y de venta al detalle de referencia, y una marca propia con una excelente relación de calidad-precio.

ORIENTACIÓN A PRODUCTOS FRESCOS, con un modelo de mostradores que permite personalizar y adaptar la cantidad de producto a las necesidades del cliente.

PRECIOS COMPETITIVOS Y EL PROGRAMA DE VENTAJAS MUNDO CONSUM, exclusivo para sus socios consumidores, denominados socios-clientes.

SERVICIO AL CLIENTE EN TIENDA, con un nivel de atención por parte del personal de supermercados excelente, que asiste, acompaña y recomienda a los clientes.

SERVICIO DE CANAL ONLINE, con un amplio surtido disponible y entregas en franjas de una hora.


consum

02

HACIA LA CERCANÍA QUE QUEREMOS

consum

Un futuro en el que crecer sea estar más cerca, llegar mejor y hacerlo con coherencia.

Un futuro en el que el desarrollo de tiendas, plataformas y redes de reparto responda a las necesidades reales de las personas y del territorio.



REPARTO EQUITATIVO

Las ventas de Consum han alcanzado en el ejercicio de 2025 los 5.163,56 millones de euros, aumentando un 9,69% sobre el ejercicio anterior.

Este crecimiento ha sido gracias a las aperturas de la Cooperativa, tanto de tiendas propias como franquicias Charter, así como a la mejora de su cuota dentro del mercado de la distribución, que ponen de manifiesto la solidez de su modelo comercial, un modelo que sitúa a las personas, la sostenibilidad y la rentabilidad como sus ejes estratégicos. Consum genera valor económico que se distribuye entre sus grupos de interés, a través de las compras a proveedores y acreedores, pero también a través de las retribuciones a los socios y trabajadores, así como mediante el pago de tributos a las administraciones públicas e inversiones, que repercuten de una forma u otra en la sociedad.

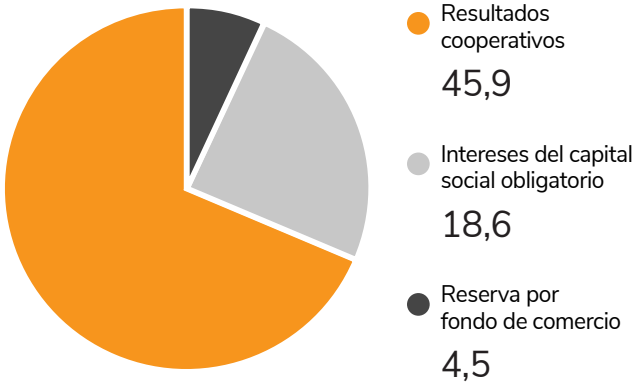
A) OPERACIONES CONTINUADAS	31 ENERO 2026	31 ENERO 2025
1. Importe neto de la cifra de negocios	4.700.353.074	4.361.012.212
4. Aprovisionamientos	(3.285.143.233)	(3.068.045.381)
5. Otros ingresos de explotación	9.642.054	8.422.522
6. Gastos de personal	(763.999.658)	(684.742.312)
7. Otros gastos de explotación	(401.841.293)	(378.043.076)
8. Amortización del inmovilizado	(131.893.984)	(122.088.386)
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	37.611	50.790
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	(934.030)	453.547
12. Fondo de Educación, Formación y Promoción	(3.150.000)	(3.200.000)
13. Otros resultados	4.590.967	(953.000)
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	**127.661.508**	**112.866.916**
14. Ingresos financieros	2.798.595	3.639.994
15. Gastos financieros	(269.893)	(390.912)
A.2) RESULTADO FINANCIERO	**2.528.702**	**3.249.082**
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	**130.190.210**	**116.115.998**
19. Impuestos sobre beneficios	(8.185.078)	(7.448.998)
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS	**122.005.132**	**108.667.000**
A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO	**122.005.132**	**108.667.000**

En el ejercicio 2025 los resultados han alcanzado la cifra de 122,01 millones de euros, aumentando un 12,27% sobre el ejercicio anterior, gracias a un adecuado control de la gestión interna. Estos resultados, sumados a las amortizaciones, suponen un valor económico retenido (cash-flow) para la Cooperativa de un total de 253,9 millones de euros.

En este ejercicio, los socios trabajadores de Consum se han repartido, procedentes de los resultados cooperativos, más de 45,9 millones de euros, junto a los intereses de sus aportaciones al capital social obligatorio de la Cooperativa, por valor de 18,6 millones de euros, así como una reserva por fondo de comercio de 4,5 millones de euros. En total, los socios trabajadores de Consum se repartieron más de 69 millones de euros, lo que supone un reparto medio de 3.311,88€ por persona.

REPARTO DE RESULTADOS

en millones de €



INVERSIONES

En 2025, las inversiones alcanzaron los 231,03 millones de euros, un 0,8% menos que el ejercicio anterior. Las principales partidas se destinaron al inicio de las obras de la nueva plataforma de Noblejas (Toledo) y de la plataforma integral de Logística Inversa en el polígono de la Zona Franca (Cataluña), así como a la mejora del servicio de tienda online, mediante la ejecución del almacén centralizado para València y su área metropolitana, que se prevé que esté activo a finales de 2026, y a la inversión en aperturas y adecuación de supermercados.

Respecto al Balance, a cierre de ejercicio el activo de la Cooperativa aumentó hasta los 1.672,67 millones de euros, siendo el 62% del total del patrimonio neto y pasivo correspondiente a fondos propios, de los cuales un 31,6% son reservas (19,60% sobre el total del patrimonio neto y pasivo), lo cual evidencia la fuerte solvencia financiera de la Cooperativa.



Mª José y Nacho, clientes del Consum de Moncofa (Castellón)

MÁS TIENDAS CERCA DE TI

La Cooperativa continúa reforzando su presencia a lo largo de todo el arco mediterráneo español. En 2025 ha abierto 59 nuevos puntos de venta, 18 supermercados propios de la enseña Consum y 41 franquicias Charter, alcanzando una red comercial de 1017, 514 propios y 503 franquiciados, con un total de 743.638 m² de superficie de sala de ventas.

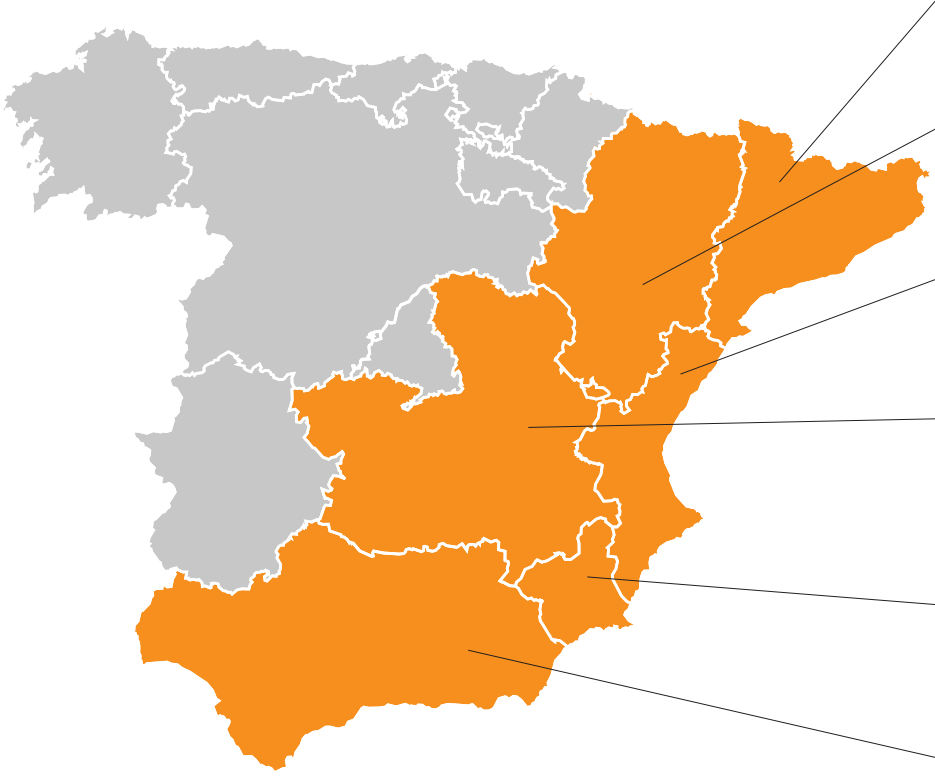
En 2025 la cuota nacional de la Cooperativa por superficie se ha aumentado 0,2 puntos, hasta situarse en el 4,9%, manteniéndose como la 6ª mayor empresa por superficie en el ranking de cadenas de distribución nacionales, elaborado por Alimarket.

Aunque las principales regiones en las que está implantada la Cooperativa continúan siendo la Comunidad Valenciana y Cataluña, con porcentajes de un 52,4% y un 28,4%, respectivamente, el resto de las zonas de expansión cada vez representan un mayor peso sobre el global de la red de supermercados.

TOTAL SUPERMERCADOS

1.017

SUPERMERCADOS POR REGIÓN



CATALUÑA
289 28,4%

ARAGÓN
7 0,7%

C. VALENCIANA
533 52,4%

CASTILLA - LA MANCHA
91 8,9%

REGIÓN DE MURCIA
53 5,2%

ANDALUCÍA
44 4,3%


ienvenidos | Benvinguts
consum.es
lunes a sábado
de 9:00 h a 21:30 h
Wi Fi
top

APERTURAS POR REGIÓN

	18 SUPERMERCADOS CONSUM		41 FRANQUICIAS CHARTER	
ANDALUCÍA	**02**	Albox, Almería	**03**	Mojácar, Castellar, Almería
COMUNIDAD VALENCIANA	**07**	Massanassa, Torrevieja, Sueca, Aldaia, Xàtiva, Alaquàs, Gandía	**16**	Puerto de Sagunto, Torrent, València (5), Benidorm, Navarrés, El Campello, Canet d'En Berenguer, Muro d'Alcoi, Mislata, Alginet, Beniarjó, Dehesa de Campoamor
CATALUÑA	**06**	Mataró, Lleida, Amposta, Terrassa, Vilanova i la Geltrú, Olot	**15**	Hospitalet de Llobregat (2), Mataró, Badalona, Torrelló, Barcelona (2), El Prat de Llobregat, Badalona (3), Sant Feliu de Llobregat, El Vendrell, Manresa, Viladecans
CASTILLA-LA MANCHA	**00**		**03**	Casas de Fernando Alonso, Priego, Yeste
REGIÓN DE MURCIA	**03**	Caravaca, Cartagena, Murcia	**03**	Lorca (2), Alcantarilla
ARAGÓN	**00**		**01**	Valderrobres

Siguiendo con el objetivo de adaptarse a las necesidades de los socios-clientes y ofrecer la mejor experiencia, en 2025 la Cooperativa ha ampliado 4 supermercados y reformado 2, además de las 11 rehabilitaciones total de las tiendas que sufrieron las consecuencias de la DANA en octubre de 2024.

El nuevo modelo de tienda ya está implantado en 323 supermercados Consum, lo que supone el 63,8% de la red comercial propia. Para seguir mejorando la operatividad de la tienda, se han realizado las siguientes acciones:

NUEVO MODELO DE HORNO A GRANEL: se ha seguido implantando el nuevo modelo de horno mixto con servicio a granel para los clientes, en el cual es posible elegir cuántas unidades de cada referencia se quiere adquirir. Este modelo ya está disponible en 356 tiendas.

NUEVO MODELO DE PESCADERÍA: se ha seguido con la implantación del nuevo modelo de pescadería que consiste en adecuar la instalación, con la mejora de la luz sobre los productos, pasando a una iluminación LED, y sustituyendo la isla de marisco a armario, para facilitar la compra y adaptar mejor la sección a las necesidades de nuestros clientes. Actualmente está disponible en 129 supermercados de la red de tiendas propias.

CHARCUTERÍA AL CORTE CON JAMONERO INTEGRADO EN MOSTRADOR: se ha llevado a cabo la implantación de un nuevo modelo de charcutería con jamonero integrado en 139 tiendas, alcanzando las 267. El proyecto, que consiste en añadir un expositor con vitrina y percha, busca mejorar la experiencia de compra, a la vez que adapta la sección, haciéndola más completa.

Por otro lado, la Cooperativa ha cerrado 2 centros propios y 17 franquiciados, por no responder a los estándares comerciales de la organización. El impacto de estos cierres ha sido mínimo, ya que han sido sustituidos por nuevas aperturas en zonas muy próximas, y con la recolocación integral de los equipos. Todos estos cambios se comunican convenientemente a los grupos de interés afectados.



ALBOX



ALMERÍA



MASSANASSA



TORREVIEJA



SUECA



ALDAIA



XÀTIVA



ALAQUÀS



GANDÍA


MATARÓ



LLEIDA



AMPOSTA



TERRASSA



VILANOVA I LA GELTRÚ



OLOT



CARAVACA



CARTAGENA



MURCIA

FRANQUICIAS CHARTER

Con las franquicias Charter, la Cooperativa cumple un doble objetivo: dar un servicio de calidad a pequeñas localidades y barrios urbanos que no disponen de población suficiente para la presencia de un gran supermercado; y a la vez, estar cerca del consumidor, favoreciendo la creación de vínculos de colaboración con el comercio tradicional, el emprendimiento, y sirviendo al propósito de la lucha contra la despoblación.

El modelo de franquicia representa una alternativa eficiente para quienes buscan emprender bajo la fórmula del autoempleo. Estos establecimientos de proximidad cuentan con superficies comprendidas entre 200 y 500 m², y ofrecen una gama de productos acorde a las necesidades de sus clientes, incluyendo artículos de la marca Consum. Asimismo, el franquiciado tiene la posibilidad de incorporar todos los descuentos y promociones que forman parte del programa de fidelización Mundo Consum.

En 2025, cerca del 77% de las aperturas registradas fueron efectuadas por personas que ya tenían una tienda y han decidido invertir en una nueva franquicia, por lo que Charter se consolida como una buena alternativa de negocio y autoempleo. Se estima que las franquicias Charter generan un empleo indirecto de aproximadamente 3.800 personas. Por otro lado, la apertura no supone ningún pago inicial o periódico de royalties, cánones o tarifas de acceso, pues Consum sólo cobra por los productos que suministra, con una política de transparencia en el precio de venta.

Charter cerró el ejercicio 2025 con 41 nuevas tiendas, sumando ya un total de 504 establecimientos repartidos entre Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha, Cataluña, Comunidad Valenciana y la Región de Murcia. Con estos nuevos establecimientos, Charter suma más de 9.200 m² de superficie, hasta superar los 152.100 m² de sala de ventas. Por su parte, en 2025 Consum facturó 891,11 millones de euros a sus franquicias, 44,8 millones de euros más de lo previsto, lo que representa un 14,02% más si lo comparamos con el ejercicio anterior.

Además, anualmente, se valora por parte de los franquiciados la calidad del servicio de suministro que reciben de la Cooperativa. En 2025 se ha obtenido una puntuación de 7,1 sobre 10.



TIENDA ONLINE

La tienda online de Consum está ya presente en cerca de 600 localidades en las provincias de Albacete, Alicante, Almería, Barcelona, Castellón, Ciudad Real, Girona, Granada, Lleida, Región de Murcia, Tarragona y Valencia. El proyecto, que se puso en marcha en 2016, ha supuesto en este ejercicio una facturación de 83,1 millones de euros (9% más que el año anterior). En 2025 se han seguido ampliando las zonas de servicio incrementando en 137 el número de poblaciones que disponen de este servicio respecto al año anterior, y la creación de 34 nuevos puestos de trabajo, sumando un total de 514 personas empleadas en el servicio online.

Este esfuerzo responde al compromiso de la Cooperativa de estar cerca de los clientes y ofrecer el mismo servicio a clientes de entornos rurales, facilitando el acceso a una compra cómoda, segura y con la misma calidad que en las grandes ciudades.

En cuanto a las novedades de la tienda online durante el ejercicio 2025, se ha mejorado su diseño para ofrecer una navegación más sencilla y visual, con iconos reordenados y ofertas más destacadas. Se incorpora el distintivo “Mejor valorados” en los productos para facilitar la elección y resaltar las referencias más apreciadas por los clientes.

Además, se ha añadido una nueva pestaña de recetas vinculada a las búsquedas, que permite al usuario decidir entre ver productos o inspirarse con propuestas culinarias de la Cooperativa. Este cambio se completa con la renovación del apartado “Nuestras recetas”, que ahora ofrece un diseño más atractivo, categorías organizadas y una experiencia intuitiva para convertir la inspiración en compra.

La tienda online de Consum cuenta con un sistema innovador en el sector de la distribución en España para garantizar la conservación de los productos durante el reparto. Este sistema utiliza cubetas Adiapack, diseñadas para mantener el frío por inercia. Sus paredes incorporan un material aislante de origen aeroespacial que, tras un preenfriado y el cierre hermético con los productos a temperatura controlada, permite conservar la temperatura deseada durante más de 10 horas.



Noelia, preparando un pedido de la tienda online en el Consum de Picassent

> “LA TIENDA ONLINE DE CONSUM YA ESTÁ PRESENTE EN CERCA DE 600 LOCALIDADES

REHABILITACIÓN DE TIENDAS AFECTADAS POR LA DANA

Los 69 supermercados de la Cooperativa, 30 franquicias Charter y 39 tiendas Consum, que se vieron afectados por la DANA en octubre de 2024, se fueron rehabilitando nada más pasar la catástrofe y en mayo de 2025 ya estaban todos 100% operativos y en pleno rendimiento. Las últimas tiendas en abrir fueron los centros de Algemesí (Plaza del Mercado) y Aldaia (Avda. 2 de Mayo), en mayo.

Más de 1.000 personas trabajaron en el Plan de Reconstrucción de tiendas de Consum, que tuvo una inversión aproximada de 35 millones de euros. Las obras se realizaron sobre más 78.000 metros cuadrados construidos y los supermercados más afectados abrieron totalmente renovados y con más servicios para los clientes.



Consum de Aldaia (Valencia)

UNA GRAN RED LOGÍSTICA

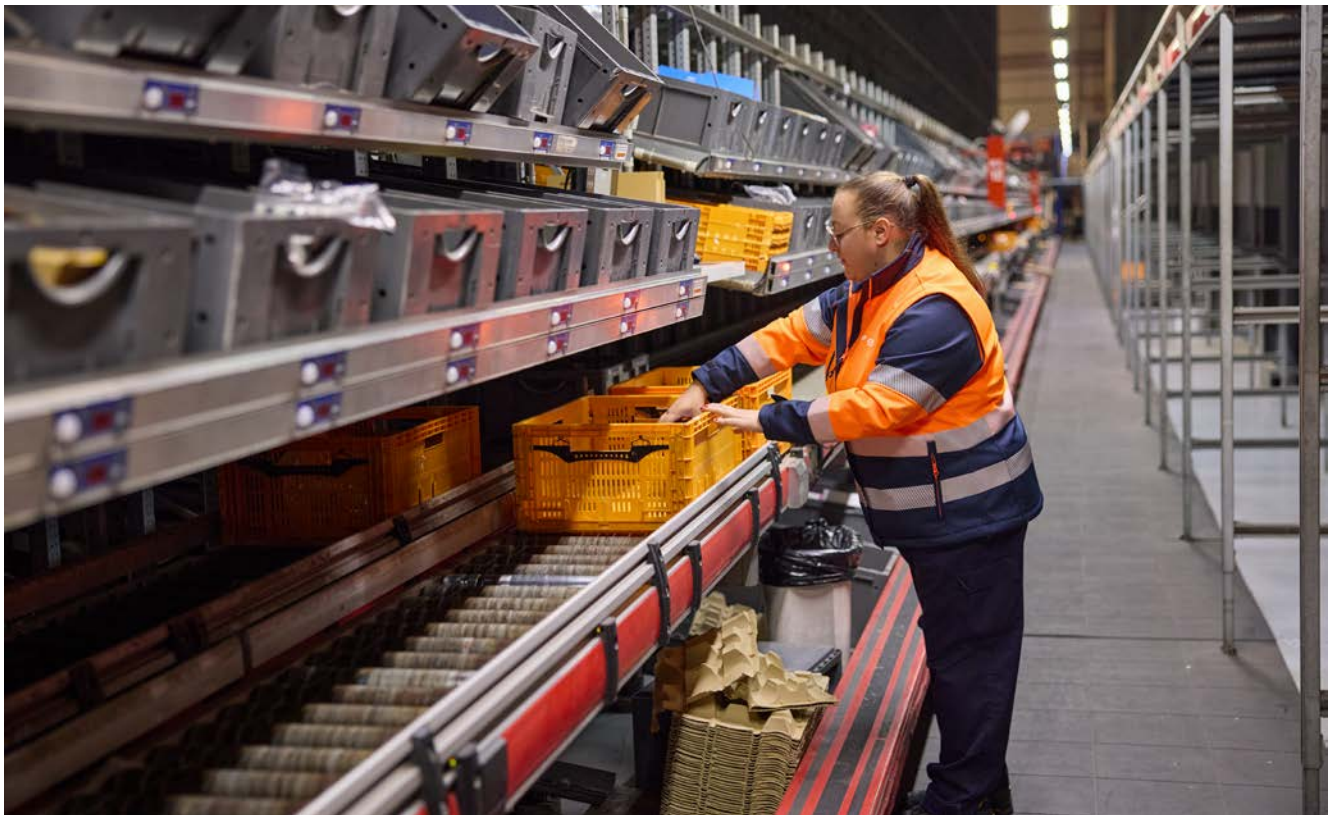
En 2025 han comenzado las obras de la que será la nueva plataforma de Noblejas (Toledo), una unidad logística que contará con centrales de Alimentación y No Alimentación, Frescos, Refrigerados, y Congelados. Esta nueva ubicación permitirá dar servicio a las 91 tiendas de Castilla-La Mancha, y facilitará el crecimiento de la cooperativa en la zona centro. La nueva instalación que contará con una superficie total de unos 70.000 m², tendrá un silo automatizado de 40 metros de altura y se completará con un módulo de oficinas y edificios auxiliares de instalaciones.

Durante el ejercicio 2025, se ha ampliado la central de fruta y carne de Cataluña con una nueva zona de 2.400 m², lo que ha permitido descongestionar el automatismo de frescos y unificar la gestión a una única temperatura, incrementando la productividad. Además, en julio de 2025 se puso en marcha la instalación fotovoltaica de la plataforma de la Zona Franca, logrando un ahorro energético aproximado del 18%.

También este año ha dado comienzo la construcción de la nueva plataforma integral de Logística Inversa de nuestro almacén en el polígono industrial de Zona Franca, en Cataluña. Esta nueva infraestructura consta de una parcela de 13.662 m², con una nave edificada de 8.850 m² está situada muy cerca de la plataforma actual. Tendrá dotación de Europool, y será el primer espacio logística de la cooperativa con Certificación BREAAM.

La plataforma de Las Torres de Cotillas, la más automatizada de la Cooperativa y una de las más importantes de la Región de Murcia, ha estrenado durante 2025 el nuevo sistema de baja rotación en la plataforma de Alimentación y no Alimentación de Murcia.

Con esta nueva inversión, la cooperativa sigue a la vanguardia logística incorporando la última tecnología con su nuevo sistema de baja rotación Autostore®.



Interior de la Plataforma Logística de Silla (Valencia)



Automatismo de baja rotación en Las Torres de Cotillas (Murcia)

Este nuevo almacén utiliza 60 robots especializados en almacenamiento y recuperación de mercancías, que gestionan de forma automatizada 3.000 referencias utilizando más de 27.000 cubetas.

La instalación, diseñada para la gestión de artículos de baja rotación –productos almacenados con menor frecuencia de venta– comenzó a operar en junio de 2025 y tiene una productividad media de 30.000 bultos diarios, con capacidad para llegar a los 55.000.

El almacén tiene 8 puestos de preparación ergonómicos, diseñados para ofrecer la mayor comodidad posible y evitar largos desplazamientos.

Gracias a este nuevo almacén, la Cooperativa ha descongestionado la plataforma de Silla (Valencia), desde donde se servían hasta ahora estas referencias de baja rotación. Esta deslocalización ha permitido mejorar la eficiencia logística, aumentar la gama, y dar también un mejor servicio a las tiendas de la Región de Murcia.

Además, la Cooperativa también tiene en proyecto la construcción de una plataforma en el parque empresarial Pont dels Cavalls de Aldaia, en el que ha adquirido una parcela de 205.000 m².

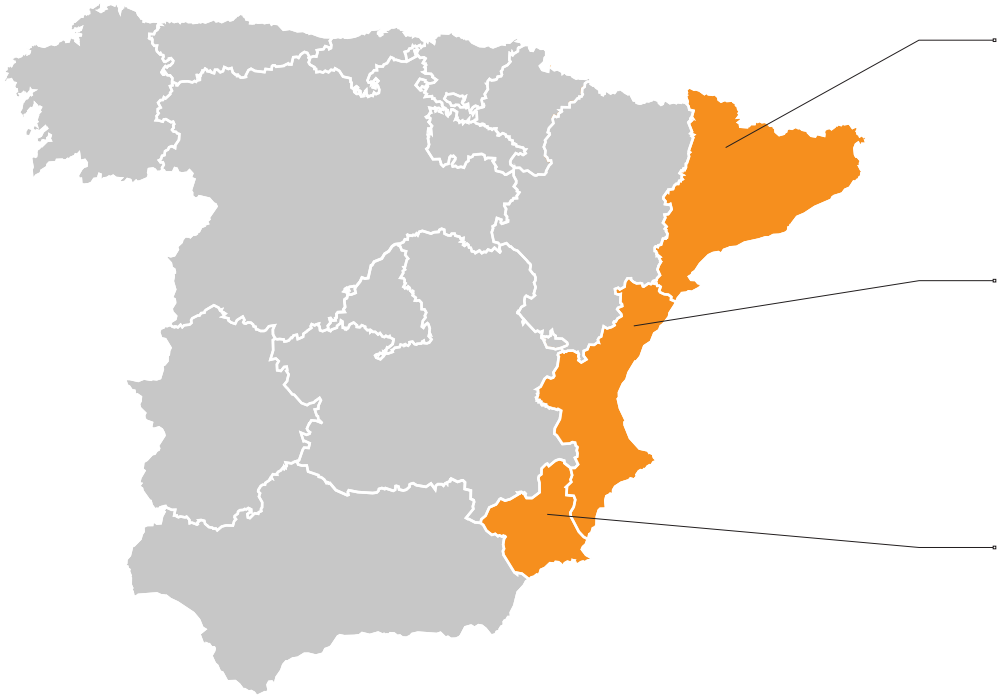


Reunión de equipo en la plataforma de Silla (Valencia)

SUPERFICIE LOGÍSTICA, MÁS DE

213.300 m²

PLATAFORMAS LOGÍSTICAS



CATALUÑA
56.800 m²

Barcelona Zona Franca
El Prat

C. VALENCIANA
80.000 m²

Silla
Quart de Poblet
Riba-roja

REGIÓN DE MURCIA
76.500 m²

Las Torres de Cotillas



03

HACIA LA FRESCURA QUE QUEREMOS

consum

Un futuro que se construye junto a quienes nos acompañan en el camino.

Un futuro en el que el desarrollo de nuestros proveedores se base en relaciones estables, justas y de confianza, porque crecer juntos es la única forma de hacerlo bien.



APUESTA POR LOS PRODUCTOS LOCALES

Consum genera valor a largo plazo en toda su cadena de suministro, basando su relación con los proveedores en la confianza, la transparencia y el compromiso mutuo. Los criterios de selección de proveedores incluyen calidad, proximidad, seguridad alimentaria y coste.

PROVEEDORES COMERCIALES

1.242

PROVEEDORES ELABORAN MARCA PROPIA

24,1%

PROVEEDORES Y ACREEDORES EN LA CADENA

5.762

MILLONES € EN PAGOS A PROVEEDORES

3.285,14

EMPLEOS INDIRECTOS TOTALES

50.839

La Cooperativa considera a los proveedores como socios estratégicos para ofrecer un surtido innovador, adaptado a las necesidades de sus socios y clientes, y alineado con sus valores de calidad, salud y sostenibilidad. En 2025, el informe Advantage Mirror reconoció a Consum como el distribuidor mejor valorado por los fabricantes en el sector, un logro que ha mantenido durante siete años consecutivos. Además, según el Informe Benchmarking Comercial de AECOC, Consum se mantiene como la segunda mejor empresa con la que trabajar, según sus proveedores.

En 2025, Consum realizó compras por valor de 3.285,14 millones de euros, priorizando los productos locales y estimulando el desarrollo económico de las regiones donde opera. El 98,35% de las compras fueron a proveedores nacionales, de los cuales, el 68,1% fueron locales. La Cooperativa trabaja con 5.762 proveedores y acreedores, y se estima que su actividad genera más de 50.839 puestos de trabajo indirectos, principalmente, en su cadena de suministro y en sus contratistas.

Para fomentar relaciones más justas y equilibradas en la cadena alimentaria, Consum está adherida al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria desde 2016, aplicando buenas prácticas mercantiles, voluntariamente, en sus relaciones comerciales. Además, en 2025, la Cooperativa mantuvo en cuarenta días el plazo de pago a proveedores, cifra que garantiza unas relaciones comerciales justas y equilibradas.

Consum incluye una cláusula de RSE en todos sus contratos, promoviendo que sus proveedores compartan los mismos valores, especialmente, en cuanto a derechos laborales, conciliación de la vida familiar y laboral, igualdad de oportunidades y eficiencia ambiental. Su Política de Sostenibilidad también garantiza la defensa de los derechos humanos, rechazando cualquier relación comercial que implique trabajo infantil o forzoso.

PRODUCTO DE PROXIMIDAD

Consum ofrece 2.941 productos regionales, los cuales se distribuyen, exclusivamente, en determinadas provincias o localidades, promoviendo así los productos autóctonos y adaptándose a los gustos de los consumidores de cada región. Esto también impulsa la economía local, ya que estos productos provienen de las zonas cercanas. Entre las campañas más destacadas de productos locales están las de los cítricos y la fruta de hueso, además de otras denominaciones protegidas con las que Consum mantiene una relación cada temporada, como la Denominación de Origen Protegida (DOP) Alcachofa de Benicarló, la DOP Uva del Vinalopó, la IGP Poma de Girona, la DO de Pera de Jumilla y la DO Chufa de Valencia, entre otras.

Además, Consum refuerza su compromiso con los cítricos y los sellos de calidad que los certifican, como las indicaciones geográficas protegidas: IGP Cítricos Valencianos e IGP Clementines de les Terres de l´Ebre Reserva de la Biosfera, con las que trabaja desde hace seis años. La Cooperativa mantiene así su apuesta por los productos locales y de proximidad durante la temporada. La campaña de frutas y verduras de proximidad de 2025 destaca por un crecimiento sólido en categorías clave, como cítricos o sandías.

Consum también colabora con sus proveedores en la planificación y proyección de la cosecha, ajustando los desarrollos varietales para ampliar la duración de las campañas de frutas y verduras nacionales, siempre garantizando la calidad. Además, está comprometida con el cuidado del producto desde la siembra, colaborando en la selección de semillas y tierras de cultivo para obtener cosechas naturales y respetuosas con el medio ambiente.

DÍAS DE PAGO MEDIO A PROVEEDORES

40

COMPRAS A PROVEEDORES ESPAÑOLES

98,35%

COMPRAS A PROVEEDORES LOCALES

68,1%

COMPROMISO CON EL BIENESTAR ANIMAL

Consum mantiene su compromiso con el bienestar animal garantizando que el 100% de la carne fresca que se ofrece en mostradores y bandejeros cuente ya con su correspondiente certificado. Esta cobertura total permite asegurar a los clientes que detrás de cada producto existen buenas prácticas, respetuosas y sostenibles, aplicadas a lo largo de todo el ciclo productivo. Estas certificaciones, emitidas por entidades independientes, acreditan que las medidas aplicadas no solo están estandarizadas y consensuadas a nivel europeo, sino que además superan los requisitos legales. De este modo, Consum confirma que el bienestar del animal se cuida en cada fase del proceso, desde el origen hasta el punto de venta, ofreciendo una garantía adicional de confianza y responsabilidad.

En relación con los huevos de gallinas criadas en suelo, Consum dispone de huevos camperos y ecológicos (código 0 y 1) en todos sus supermercados. La Cooperativa sigue trabajando con sus proveedores para avanzar hacia el objetivo de ofrecer huevos de gallinas criadas en suelo. Actualmente, el 70% de nuestras referencias ya proceden de huevos de gallinas criadas en suelo, 20 puntos porcentuales más que el año anterior.

EFICIENCIA LOGÍSTICA

El ejercicio 2025 ha sido especialmente relevante para las plataformas logísticas, marcado por proyectos transformadores para ampliar capacidades, reforzar la sostenibilidad y mejorar la colaboración con los proveedores.

Una de las iniciativas más relevantes relativas a la ampliación de la central de fruta y carne de Cataluña, es que se trabaja a una única temperatura, aumentando notablemente la productividad.

Respecto a la construcción de la nueva Plataforma Integral de Logística Inversa en la Zona Franca, la idea es ir con paso firme hacia un modelo sostenible, por ello, está destinada a convertirse en la primera instalación logística de la cooperativa con certificación BREEAM.

En cuanto a los demás grandes proyectos del año, la futura plataforma logística de Noblejas (Toledo), integrará todas las temperaturas -Alimentación, No Alimentación, Frescos, Refrigerados y Congelados- y permitirá acompañar el crecimiento de Consum en la zona centro, mejorando el servicio a las tiendas de Castilla-La Mancha.

La gestión medioambiental también ha vuelto a ser protagonista: en marzo de 2025 se renovó la certificación “Residuo 0” en todas las plataformas. Gracias a una gestión eficiente, se trataron 38.632 toneladas de residuos, alcanzando un porcentaje de reciclabilidad superior al 98,5% y generando un ahorro cercano a los 200.000 €.

Además, en la plataforma de Torres de Cotillas se amplió a 10 vehículos la flota que opera con biocombustible HVO, una tecnología que reduce las emisiones de CO_2 por debajo del 50% y que será clave para alcanzar la 4ª estrella Lean & Green en 2030.

Asimismo, el año cerró con la ejecución del Plan Renove de maquinaria, que permitió sustituir 50 equipos de manutención y adquirir otros 50 por incremento de actividad.

Y también en materia medioambiental, se inició la integración del GMAO Prisma con SAP, un proyecto que digitalizará la gestión de reparaciones y eliminará progresivamente el papel en los procesos.

Los avances tecnológicos continuaron con la implantación de TESI, un portal colaborativo que permite gestionar y ordenar las descargas en las plataformas de Refrigerados y Congelados, reduciendo tiempos de espera y mejorando el cumplimiento horario.

Por otra parte, se ha consolidado el Forecast Colaborativo con proveedores mediante equipos de trabajo conjuntos entre Consum y los fabricantes, compartiendo previsiones de suministro basadas en Inteligencia Artificial y Machine Learning. En 2025 participaron concretamente 100 proveedores de mercancía, que representan más del 50% de las compras que se realizan a proveedores. Además, también se han creado grupos de trabajo entre Consum y los fabricantes para fomentar la colaboración y mejorar la disponibilidad de producto, mediante el intercambio de previsiones de compra.





> TODAS LAS PLATAFORMAS LOGÍSTICAS DE CONSUM RENOVARON EN 2025 LA CERTIFICACIÓN ‘RESIDUO 0’

Equipo de trabajadores en la plataforma de Silla (Valencia)



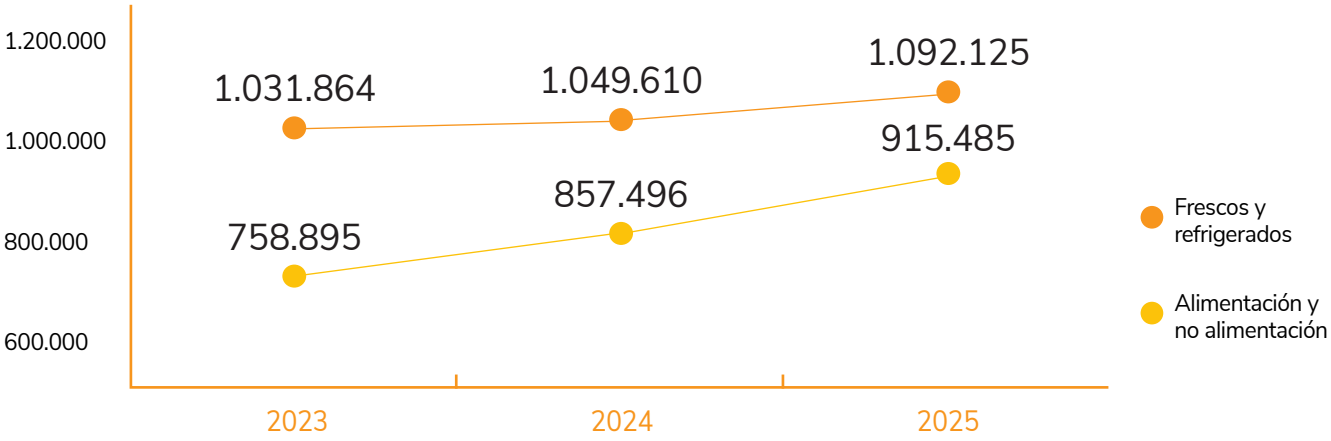
Camión 100% eléctrico

PROGRAMA TEO Y NODRIZA

El Programa TEO (Transporte en Origen) en las secciones de frescos, refrigerados y congelados, es uno de los proyectos logísticos más significativos de la Cooperativa. Este sistema recoge los productos directamente del proveedor, optimizando los tiempos y garantizando el control de la cadena de frío, además de permitir un suministro en flujo tenso sin stocks, lo que mejora la calidad y frescura. En 2025, el programa abarca el 69% de las compras de estas secciones, con la participación de 255 proveedores y 19 empresas de transporte. Anualmente, se transportan más de 2 millones de pallets.

Por otro lado, el Programa TEO/Nodriza en las compras de alimentación y no alimentación permite a los proveedores descargar la mercancía en una única plataforma de Consum, evitando la distribución individual a las centrales. Los productos de distintos proveedores se reagrupan y se transportan a las plataformas correspondientes. En 2025, el programa cuenta con 146 proveedores y supone un 32% del total de las compras de estas secciones.

VOLUMEN DE MERCANCÍA TRANSPORTADA EN PROGRAMA TEO Y NODRIZA (PALLETS)







04

HACIA LA INNOVACIÓN QUE QUEREMOS

consum

Un futuro en el que innovar signifique mejorar la vida de las personas.

Un futuro en el que la tecnología y las nuevas ideas estén al servicio de una experiencia más sencilla, más eficiente y más humana.



DIGITALIZAR PARA OFRECERTE LO MEJOR

En Consum buscamos mejorar año tras año para satisfacer las necesidades de todos nuestros grupos de interés, trabajando con ellos para generar un valor añadido que impulse un avance sostenible. Creemos que el futuro no solo consiste en ofrecer productos o servicios, sino en nuestra capacidad de entender y acompañar a cada persona en su día a día. Por ello, ponemos a las personas en el centro de todo lo que hacemos, clientes y trabajadores, y apostamos por la innovación como vía para desarrollar nuevos productos y servicios que faciliten la vida de todos.

> EN 2025, CONSUM INVIRTIÓ 34 MILLONES DE EUROS EN INNOVACIÓN, UN 26,4% MÁS QUE EN 2024

Es por ello que Consum ha invertido 34 millones de euros en 2025 en materia de innovación, un 26,4% más que el ejercicio anterior, siendo los proyectos más destacados:

INNOVACIÓN EN LA EXPERIENCIA DE CLIENTE:

IMPLANTACIÓN DE BALANZAS INTELIGENTES EN FRESCOS. Durante el ejercicio 2025, mediante este proyecto se han explorado las oportunidades que ofrece la inteligencia artificial aplicada al reconocimiento de productos. Esta iniciativa permitirá mejorar la experiencia de compra del cliente en las balanzas de las secciones de frescos, especialmente en frutas y verduras, facilitando una identificación más ágil y precisa de los productos, reduciendo fricciones en el proceso de compra.

AMPLIACIÓN DE LAS CAJAS DE AUTOSERVICIO. En 2025 se han implantado las cajas rápidas de autopago en línea de cajas en 28 centros. Esta opción no sustituye al sistema tradicional ni al personal que realiza habitualmente dicha función, sino que son complementarias, y su objetivo es agilizar las compras y evitar las colas a aquellos clientes que adquieren pocos productos y pagan con tarjeta de crédito, sobre todo en zonas turísticas. Los clientes valoran especialmente la sencillez del proceso, la reducción del tiempo de compra, sin esperas, y la aplicación automática de los cupones ahorro.

NUEVO PROGRAMA EN TIENDAS DE CAPITAL SOCIAL VOLUNTARIO. Se ha digitalizado toda la documentación del Capital Social Voluntario mediante tablets y firma biométrica, eliminando completamente el papel. Los abonos se realizan ahora por transferencia bancaria, agilizando el proceso y liberando a las tiendas de la gestión de cheques. Esta doble mejora ha sido muy bien recibida por los socios-clientes como por el personal que los atiende, y refuerza el compromiso de la Cooperativa con la eficiencia y la sostenibilidad.

DIGITALIZACIÓN DE LA CARTELERÍA. Implantación de contenido comercial (ofertas y promociones) en las pantallas de las secciones de mostrador, sustituyendo la cartelería en papel. Esta medida ha permitido ahorrar 18,2 toneladas de papel y generar un ahorro económico de 480.000 euros.



Nacho, cliente del Consum de Moncofa, pagando en las cajas de autopago

INNOVACIÓN PARA EL TRABAJADOR:

IMPLANTACIÓN DEL NUEVO ERP-SAP: se ha iniciado la implementación de un nuevo sistema de software que optimizará la gestión de todas las unidades de negocio, automatizando, simplificando y asegurando el seguimiento de los procesos. Con esta herramienta, los trabajadores podrán acceder de manera más directa a su información y gestionar sus tareas con mayor autonomía. Además, contribuirá a mejorar la eficiencia de los mandos, promoviendo un liderazgo más estratégico y centrado en la gestión.

IMPLANTACIÓN DE COPILOT: durante 2025, Consum ha aprovechado la irrupción de la inteligencia artificial como palanca para mejorar la eficiencia en el puesto de trabajo. En este contexto, se ha impulsado un proyecto orientado a analizar y validar el uso de Microsoft Copilot, mediante la realización de diferentes pruebas con colectivos de usuarios reducidos y la evaluación de su posible despliegue progresivo en aquellos puestos de trabajo donde pueda aportar mayor valor. Esta iniciativa permite avanzar en la mejora de la productividad, facilitando un uso más eficiente de las herramientas de ofimática, reducción de errores y optimizando la realización de tareas habituales del día a día.

SEGUIMIENTO DE ACTIVOS CON TECNOLOGÍAS DE PROXIMIDAD: se ha trabajado en un proyecto que, mediante la incorporación de tecnologías de proximidad, permitirá a la cooperativa disponer de un inventario permanente de los activos ubicados en tiendas, plataformas logísticas y sede central. Esta iniciativa contribuirá a agilizar procesos de inventariado tradicionalmente costosos y tediosos, cuya actualización y mantenimiento resultan complejos, mejorando así la eficiencia operativa y el control de los activos.

DIGITALIZACIÓN DE TODA LA DOCUMENTACIÓN DEL TRANSPORTE CAPILAR A LOS PUNTOS DE VENTA: en Consum nos hemos adelantado a la Ley de Movilidad Sostenible implantando en 2025 la carta de porte digital en todas nuestras Unidades Logísticas. Con ello, toda la documentación de transporte (cartas de porte, hojas de ruta y albaranes de carne) se gestiona de forma 100% digital, eliminando completamente el papel y modernizando la gestión de activos antes de la entrada en vigor de la normativa en octubre de 2026.

SOFTWARE ROUTING MAPS TRACKING TV: en 2024, se inició el desarrollo de un software que permitirá al personal de tienda conocer en tiempo real el estado de sus pedidos (pendiente, cargando o en ruta), mejorando la planificación diaria y optimizando la gestión de mercancías. Esta herramienta proporcionará mayor visibilidad y eficiencia en la operativa logística. Este desarrollo se implantó en el 2025 en su versión web, y los puntos de venta ahora pueden conocer online el estado de sus pedidos y las posibles cargas con retraso, etc.

DIGITALIZACIÓN SISTEMA GESTIÓN LEAN: el sistema de gestión Lean ha evolucionado en plataformas con un entorno digital con soporte en todas las unidades logísticas de la cooperativa donde mantener todas las reuniones, aportaciones y optimizar sus procesos de mejora continua. Esta transformación, ha permitido integrar herramientas digitales en el modelo de gestión Lean, mejorando la eficiencia operativa y fomentando una cultura de mejora continua en todas sus operaciones y áreas de la logística.

CUADRO DE MANDOS COMPARTIDO CON PROVEEDORES: durante 2025 se ha automatizado la generación de Cuadros de Mandos compartidos con proveedores, aprovechando las ventajas de PowerBI. Esta iniciativa, desarrollada junto con el ITI y respaldada con inversión de Consum, mejora la experiencia del usuario al permitir una gestión más ágil, con datos más detallados y actualizaciones más frecuentes, facilitando la coordinación y el seguimiento de los KPI logísticos de manera conjunta con los proveedores.

IMPLEMENTACIÓN DEL PORTAL COLABORATIVO TESI PARA AGENDA DE DESCARGA EN CENTRALES DE REFRIGERADOS Y CONGELADOS: esta herramienta permite optimizar la gestión de las descargas de mercancía en la plataforma y, además, facilita la mejora en el desempeño de los indicadores de cumplimiento en hora y minimiza los tiempos de espera.

INTEGRACIÓN DE PRISMA CON SAP: a lo largo del 2025 se está realizando la integración de nuestro GMAO de Mantenimiento “Prisma” con SAP. En una primera fase se integrarán las facturas relacionadas con reparaciones. Los beneficios esperados de esta integración son: reducción de papel, simplificación y agilidad de tareas administrativas y digitalización del proceso de facturación.

DIGITALIZACIÓN DE LA HOJA DE CAJAS: durante el 2025, hemos llevado a cabo la digitalización de la hoja de cajas, eliminando así la necesidad de impresiones en papel. Gracias a esta iniciativa, se ha conseguido un ahorro medio de 10 folios por tienda y día, lo que supone aproximadamente 1.600.000 folios menos al año. Esta medida contribuye de manera significativa a la sostenibilidad y eficiencia de nuestros procesos internos.

EXTENSIÓN DE LOS TERMINALES DE PUNTO DE VENTA TÁCTILES: en 2025 se han adaptado 188 muebles de cajas para la implantación de TPV táctiles en 25 centros. Este proyecto tiene como objetivo modernizar los sistemas de punto de venta, aumentando la fiabilidad de los sistemas de pago, simplificando su uso y mejorando la ergonomía para el personal de tienda.

ELIMINACIÓN DEL FORMULARIO EN PAPEL EN MEJORA CONTINUA: dentro de nuestro compromiso con la innovación y la eficiencia, hemos digitalizado el proceso de Mejora Continua, eliminando tanto el formulario en papel como los buzones físicos. Actualmente, todas las propuestas se gestionan de manera centralizada y ágil a través de la APP Gente Consum.

> “ PONEMOS A LAS PERSONAS EN EL CENTRO DE TODO LO QUE HACEMOS, CLIENTES Y TRABAJADORES



OTD Y OBSERVATORIO TIC

Consum cuenta con una Oficina de Transformación Digital (OTD) cuyo propósito es impulsar la cultura de innovación y facilitar la adopción de nuevas tecnologías para mejorar la eficiencia y la experiencia de clientes y empleados. Su actividad se centra en la implantación de soluciones digitales en toda la organización, la identificación de oportunidades de mejora, el acompañamiento en la selección de herramientas y la optimización de los canales de comunicación interna. Todo ello se desarrolla mediante metodologías ágiles y con un enfoque centrado en la experiencia.

Para impulsar la innovación y validar nuevos desarrollos en entornos reales antes de su despliegue en tiendas y plataformas, la Cooperativa cuenta con el Observatorio TIC. Este espacio tecnológico se estructura en tres áreas diferenciadas:

1. **RECEPCIÓN Y DESARROLLO:** área destinada a la colaboración con proveedores y al trabajo conjunto en el diseño de nuevas soluciones.

2. **TIENDA PILOTO:** entorno de pruebas que replica las condiciones de una tienda real, donde los equipos de Gestión de la Demanda evalúan los desarrollos antes de su implantación.

3. **ZONA DE DESARROLLO TIC:** espacio orientado a la realización de pruebas internas de aplicaciones y servicios por parte del equipo técnico.

Desde el Observatorio TIC se han validado previamente proyectos clave, como las etiquetas electrónicas, las cajas de autopago o los sistemas de gestión de turnos, garantizando su viabilidad antes de su puesta en marcha.



Espacio del Observatorio TIC, en la Sede de Silla de Consum

CIBERSEGURIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

En Consum, la ciberseguridad constituye una prioridad estratégica. La Cooperativa trabaja de forma continua para proteger la información de sus socios (clientes y trabajadores) y del resto de grupos de interés, mediante la implantación de medidas avanzadas y la adopción de las mejores prácticas del sector.

El Sistema de Gestión de Seguridad de la Información se fundamenta principalmente en la norma internacional ISO 27001, complementada con otros marcos de referencia como NIST, SANS Security Controls y diversas buenas prácticas evaluadas de forma bienal. Por quinto año consecutivo, Consum ha renovado la certificación ISO 27001, que acredita un alto nivel de madurez en ciberseguridad y garantiza la confidencialidad, disponibilidad e integridad de la información, así como una adecuada gestión de los riesgos.

Entre las principales medidas implantadas destacan:

- **Antivirus tradicional (AV) y EDR** (Endpoint Detection and Response) tanto para servidores, dispositivos personales y de comunicaciones (XDR).
- **Cifrado de la información personal intercambiada con terceras partes.**
- **Gestión de accesos mediante un IAM.**
- **Sistemas WAF o cortafuegos de aplicaciones web.**
- **Sondas en los entornos industriales para monitorizar la actividad.**
- **Auditorías de ejecución y de código de las aplicaciones más expuestas.**
- **Ejercicios de simulación de ataque automatizados y manuales.**
- **Servicio de Vigilancia Digital.**
- **Filtros antispam para proteger a los usuarios.**
- **Planes de crisis y pruebas de continuidad.**



APP Mundo Consum

> LA COOPERATIVA TRABAJA DE FORMA CONTINUADA EN MATERIA DE CIBERSEGURIDAD, GARANTIZANDO LA CONFIDENCIALIDAD E INTEGRIDAD DE LA INFORMACIÓN Y DATOS DE SUS SOCIOS (CLIENTES Y TRABAJADORES)

EVOLUCIÓN AL SERVICIO DE LAS PERSONAS

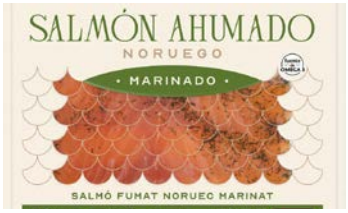
INNOVACIÓN EN EL SURTIDO

La innovación en el surtido es clave para adaptarse al mercado, diferenciarse y potenciar el crecimiento. Para ello, la División de Calidad colabora con los socios-clientes mediante catas, pruebas de uso, paneles de expertos y análisis técnicos.

En 2025 se han realizado 63 reuniones de grupos con más de 400 participantes, 34 compras acompañadas y 92 entrevistas, tanto online como presenciales. Además, también se han realizado 267.646 encuestas a clientes con el fin de conocer su opinión sobre su experiencia de compra y los productos de marca propia.

Así, teniendo presentes las premisas de calidad, sostenibilidad y salud, y gracias a la implicación y colaboración de los socios-clientes en los procesos de reformulación y lanzamiento de nuevos productos, en 2025 se han implementado un total de 115 mejoras en los productos de marca propia, de las cuales 41 han estado especialmente orientadas a promover opciones más saludables, entre los que podemos destacar los siguientes productos:

LANZAMIENTO DE 4 NUEVAS REFERENCIAS DE AHUMADOS: entre los que podemos destacar el salmón ahumado en lonchas de 100 g, el salmón ahumado a taquitos o el nuevo salmón ahumado noruego marinado de 80 g.



LANZAMIENTO DE NUEVAS REFERENCIAS DE DROGUERÍA: este incluye el lanzamiento de tres nuevas referencias de detergentes, como las cápsulas pentacámara, total 5 en 1, para ropa blanca y de color, las cápsulas tricámara color (3 en 1) y las cápsulas tricámara active (3 en 1), ambos productos mejorados que sustituyen a las anteriores cápsulas.



LANZAMIENTO DE 2 NUEVAS REFERENCIAS DE CALDO: estas se tratan de los nuevos briks de 1 l de caldo natural de pollo y caldo natural de cocido, que ahora incorporan el porcentaje de carne, elaborados con ingredientes frescos y naturales.



LANZAMIENTO DE 6 NUEVAS REFERENCIAS DE CEREALES: a destacar los nuevos aros de avena clásicos, los nuevos cereales inflados con miel, o las nuevas barritas de cereales, como la barrita de muesli con avellanas sin azúcar o las barritas con manzana verde (6x 25 g).



REFORMULACIÓN Y RENOVACIÓN DE LA IMAGEN DE 4 REFERENCIAS DE CEREALES: se han reformulado los cereales muesli con chocolate negro y los cereales muesli crujiente con fruta; y, por otro lado, se han rediseñado los packagings de los cereales rellenos de cacao y los cereales rellenos de crema de leche.



REFORMULACIÓN Y REDISEÑO DE 2 RELEVANTES REFERENCIAS DE COMIDA PREPARADA: la tortilla de patatas sin cebolla y la tortilla de patatas con cebolla, de 600 g. Mostrándose ambas con un nuevo diseño de packaging, presentan ahora una textura casera y un sabor más intenso.



RENOVACIÓN DE LA IMAGEN Y AMPLIACIÓN DE REFERENCIAS DE ACEITUNAS: se ha establecido un nuevo rediseño de la familia de aceitunas Consum y este se ha acompañado del lanzamiento de 3 nuevas referencias, aceitunas manzanilla de sabor anchoa con hueso, aceitunas manzanilla sin hueso aliñadas y, por último, aceitunas chupadedos.



REFORMULACIÓN Y REDISEÑO DE 8 REFERENCIAS DE PAÑALES: se han implementado mejoras de producto y rediseñado el packaging de varias referencias de la familia de pañales, entre los que se puede destacar pañal talla 2, 28 unidades, Consum Kids, pañal talla 5, braguita 23 unidades, Consum Kids, o pañal talla 6, braguita 21 unidades, Consum Kids, entre otros. Tienen mayor absorción, ajuste más eficiente y protegen como nunca la piel de los bebés.



NUESTRAS MARCAS

nuestra marca consum · nuestra marca de mascotas Vitality · nuestra marca eco consum eco · nuestra marca de perfumería KYREY · nuestra marca kids consum KIDS

MEJORA CONTINUA

Consum impulsa un programa de Mejora Continua orientado a identificar oportunidades de mejora a partir de las aportaciones de trabajadores y clientes, contribuyendo a la excelencia en el servicio y a la optimización de los procesos.

El programa cuenta con el portal MCREAS, herramienta utilizada por el equipo de técnicos y representantes sociales, que se encargan de la gestión de las propuestas. Estas también pueden registrarse a través de la aplicación interna Gente Consum. Este sistema permite a las personas participantes presentar sus iniciativas y realizar su seguimiento, así como consultar el estado y evolución de las propuestas.

En 2025 se han presentado 10.158 iniciativas de mejora, de las que se han aprobado 1.736 y se han implantado 2.603, con una inversión de 1.355.193,34€.



05

HACIA EL BIENESTAR QUE QUEREMOS

consum

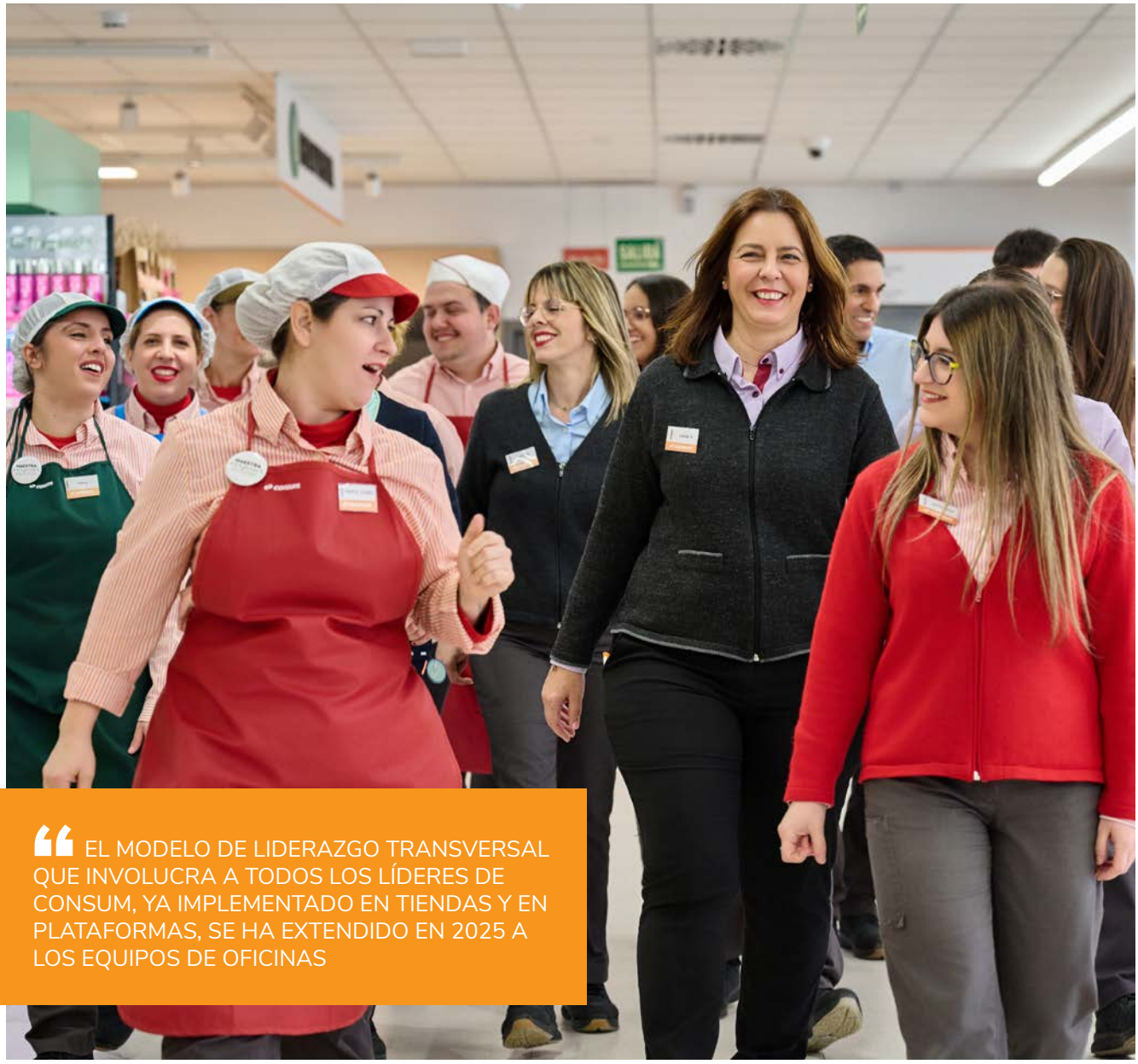
Un futuro en el que las personas no se entiendan como un recurso, sino como un valor.

Un futuro en el que sepamos vivir un poco más despacio y, al mismo tiempo, ser más eficientes. Para dedicar menos horas al trabajo y más tiempo a nosotros y a quienes nos rodean.



COMPROMISO CON EL DESARROLLO Y EL BIENESTAR

En 2025 se ha consolidado la Estrategia de Personas y Bienestar de Consum, que define la contribución del Departamento de Personas y Bienestar a la estrategia de la Cooperativa. Ésta recoge las prioridades estratégicas de Consum en esta materia en su propuesta de valor al trabajador y especifica qué ofrece el área a la organización (Políticas de Personas y Bienestar) y cómo se compromete a prestar sus servicios a su cliente interno (modelo de excelencia en el servicio).



> EL MODELO DE LIDERAZGO TRANSVERSAL QUE INVOLUCRA A TODOS LOS LÍDERES DE CONSUM, YA IMPLEMENTADO EN TIENDAS Y EN PLATAFORMAS, SE HA EXTENDIDO EN 2025 A LOS EQUIPOS DE OFICINAS



La estrategia refuerza la misión de Consum, 'Trabajadores comprometidos, clientes satisfechos', y responde a los cuatro pilares estratégicos de la Cooperativa: cliente, sostenibilidad, rentabilidad y personas en el centro, con un enfoque especial en este último.

Su objetivo es consolidar la propuesta de valor a través de las políticas de personas y bienestar, que promueven el cuidado, desarrollo, reconocimiento y escucha activa de las personas, implementando iniciativas que fomentan su bienestar.

La forma de actuar se define mediante el 'Modelo de Excelencia en el Servicio', que establece las actitudes clave para ofrecer una atención excelente a la organización, asegurando la aplicación efectiva de la propuesta de valor al trabajador.

Con esta estrategia, se refuerza el compromiso de Consum con sus equipos, asegurando que cada persona se sienta reconocida, con oportunidades de crecimiento, bienestar y un entorno de trabajo donde se escuche su voz. Todo ello, a través de una gestión cercana, rigurosa, proactiva e inspiradora.

Además, como Cooperativa que sitúa a las personas en el centro de sus decisiones, resulta esencial contar con un Modelo de Liderazgo transversal que involucre a todos los líderes de Consum. Con este objetivo, y tras la experiencia de su implantación en tiendas desde 2016 y en plataformas en 2024, en 2025 se planificó y completó la extensión del modelo a las oficinas. Este modelo ha demostrado ofrecer múltiples beneficios y constituye una herramienta útil y facilitadora para asegurar el adecuado ejercicio de las funciones de liderazgo, al tiempo que permite homogeneizar las prácticas y prioridades en la gestión de personas en todos los centros de trabajo de la Cooperativa.

PROMOCIÓN Y DESARROLLO DEL TALENTO

POLÍTICAS DE PERSONAL

En Consum, los trabajadores son el pilar fundamental y están en el centro de todas las decisiones. Por ello, el modelo de gestión del talento es clave para atraer, seleccionar y fidelizar a los mejores profesionales.

La Cooperativa dispone de un conjunto de políticas agrupadas bajo cuatro palancas de acción, sobre las que fundamenta su apuesta por las personas.



Así, la Cooperativa ofrece a los candidatos y futuros trabajadores la oportunidad de desarrollarse profesionalmente, involucrarse en un modelo cooperativo y formar parte de una empresa que cuida tanto de su equipo como de su entorno. Todo ello, a través de un liderazgo alineado con los valores de la organización y una gestión innovadora de las personas.

En 2025, se ha llevado a cabo la Encuesta de Clima Laboral en Consum, con una participación global del 81% y una valoración de 3,91 sobre 5, lo que refleja el gran nivel de compromiso y participación de las personas que trabajan en la Cooperativa. De hecho, el 86% de los encuestados recomendaría Consum como una buena empresa para trabajar. Asimismo, el Barómetro del Mando ha contado con una alta participación del 91,7%, permitiendo evaluar el liderazgo en tiendas, plataformas y sede. Su objetivo es analizar y fortalecer el Modelo de Liderazgo de Consum, asegurando un mejor desempeño y bienestar dentro de los equipos.

Estos resultados destacan el compromiso de la Cooperativa con la mejora continua y el desarrollo de su equipo humano.

Como parte de su compromiso con el talento y la mejora continua, Consum obtuvo en 2025, por decimosegundo año consecutivo, el certificado Top Employers, que reconoce las buenas prácticas en la gestión del talento y destaca a la Cooperativa como una de las mejores empresas para trabajar a nivel nacional.

top EMPLOYER ESPAÑA 2025
CERTIFIED EXCELLENCE IN EMPLOYEE CONDITIONS

COMUNICACIÓN INTERNA

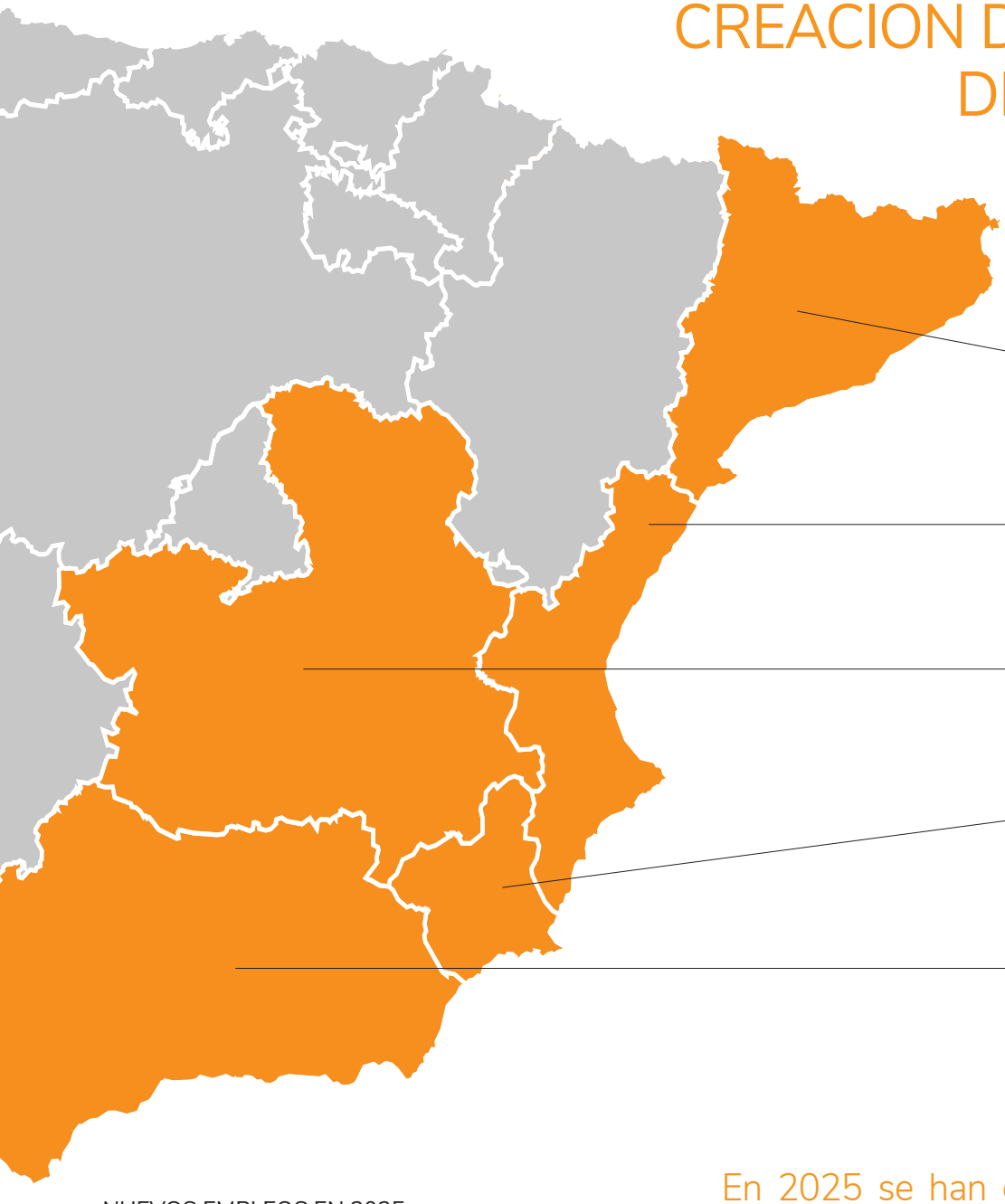
Consum trabaja constantemente para identificar y promover el talento interno de sus trabajadores, reforzando los valores que la hacen única como Cooperativa. En 2025, se llevó a cabo la campaña “Viaje al centro de Consum”, cuyo objetivo es poner en valor el trabajo en equipo y a las personas que forman parte de la Cooperativa, como impulsores de los objetivos, los valores, la manera de ser y el rumbo de Consum. Los trabajadores participaron en retos a través de un sistema de gamificación, lo que les permitió profundizar en las palancas que conforman las políticas de personal: desarrollar, reconocer, cuidar y escuchar e implicar. De esta forma, se fomenta la sensación de que cada persona tiene su lugar y que lo importante del viaje no es la velocidad a la que avancemos, sino los compañeros y compañeras que nos acompañan en el camino.

La difusión de estas campañas se realiza mediante los canales de comunicación interna disponibles en la Cooperativa. El portal “Comparte lo que somos” alberga los retos de las campañas anuales, un blog para que los trabajadores participen en diversas acciones y también la Revista BIS, que ofrece información interna relevante. Además, la App Gente Consum permite a la plantilla mantenerse al día con las últimas novedades, realizar gestiones administrativas, consultar nóminas y sus datos de capital social, y comunicarse con compañeros en los grupos habilitados.



Equipo de trabajadores del Consum de Lleida

CREACIÓN DE EMPLEO DE CALIDAD



REGIÓN

CATALUÑA
21%
4.860 personas

C. VALENCIANA
62%
14.196 personas

CASTILLA - LA MANCHA
4%
890 personas

REGIÓN DE MURCIA
9%
2.076 personas

ANDALUCÍA
4%
1.009 personas

NUEVOS EMPLEOS EN 2025

1.162

PERSONAS EN PLANTILLA AL COMIENZO DE 2026

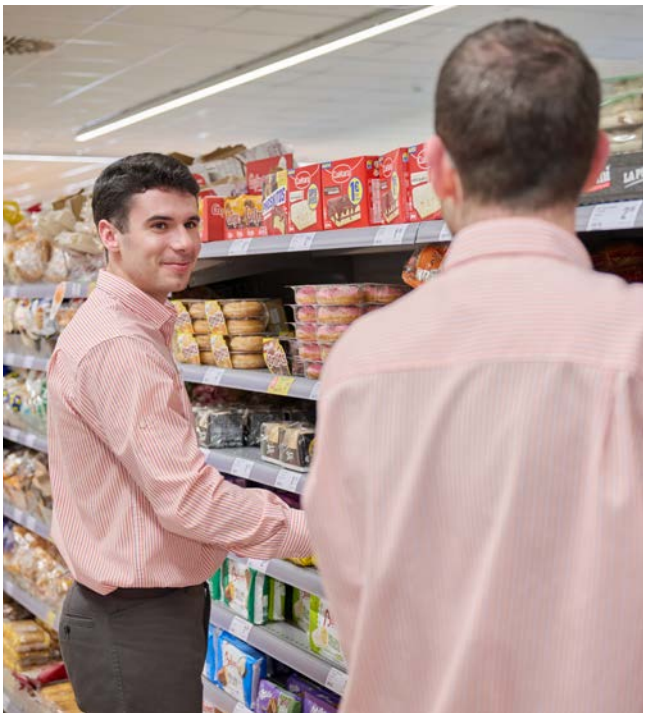
23.031

En 2025 se han creado un total de 1.162 nuevos empleos netos respecto al año anterior. La política de selección en Consum se caracteriza por dar prioridad, en el caso de contratación externa, a la contratación de personal residente en las zonas en las que operamos y, a nivel interno, a la cobertura de puestos de responsabilidad a través del procedimiento de movilidad horizontal o la promoción interna. En este sentido, se han producido 650 promociones internas (211 hombres y 439 mujeres) durante 2025.

La media de permanencia de un trabajador en Consum es de 9,45 años. La rotación de la plantilla estructural de socios es del 0,89%, un dato muy positivo en relación con la media del sector de la distribución nacional. A lo largo del año ha habido 2.874 altas y 2.146 bajas de socios trabajadores.

Las principales variaciones de la plantilla se producen, generalmente, durante la campaña estival en zonas turísticas, debido a la contratación temporal de personal de refuerzo y para cubrir vacaciones del personal. Consum es la única empresa del sector que ofrece a sus trabajadores 5 semanas de vacaciones y, al menos, dos de ellas en periodo estival.

A 31 de enero de 2026, último día de ejercicio, la plantilla total de trabajadores de Consum estaba formada por 23.031 personas, siendo el 72,17% de la plantilla de la Cooperativa mujeres. El 80,4% de los trabajadores tiene un contrato a jornada completa y el 96,3% de las personas que trabajan en Consum tienen un puesto de trabajo estable con contrato societario o indefinido.



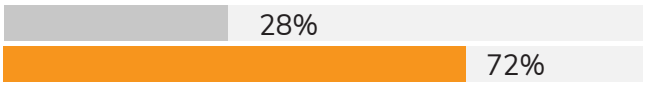
TIPO DE JORNADA





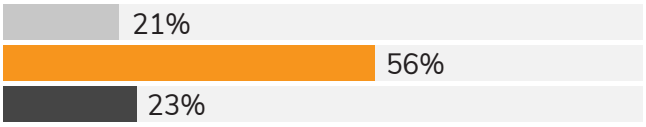
SEXO





EDAD





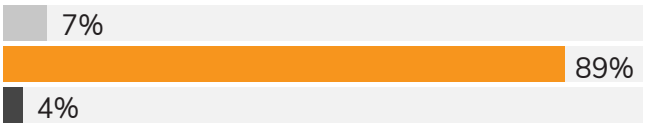
TIPO DE CONTRATO





CATEGORÍA PROFESIONAL





Dada la naturaleza cooperativa, la gran mayoría de los trabajadores son socios (el 93,84%), estando sus condiciones laborales reguladas en los Estatutos Sociales y el Reglamento de Régimen Interno. Los trabajadores asalariados, que suponen el 6,16% de la plantilla, se rigen todos por el Convenio Colectivo propio de la Cooperativa.

SEGURIDAD Y SALUD LABORAL

Consum cuenta desde el año 2001 con un Plan de Prevención con el objetivo de integrar la gestión de la salud y seguridad en la Cooperativa. Está dividido en tres grandes bloques: supermercados, plataformas logísticas y sede social. El servicio de prevención es responsabilidad de la Dirección de Personas y Bienestar y cuenta con un equipo propio formado por técnicos con las especialidades de seguridad, higiene y ergonomía y psicosociología aplicada, así como un servicio externo para la vigilancia de la salud. Este grupo de trabajo conforma el Comité de Seguridad y Salud, que se reúne con periodicidad trimestral, y se encarga del desarrollo y seguimiento del Plan.



La participación de los trabajadores en el sistema prevención se realiza, principalmente, a través de la figura del coordinador de prevención, que recae en el representante social. Tienen la función de informar sobre los accidentes que se produzcan, trasladar sugerencias de los trabajadores al servicio de prevención y apoyar la puesta en marcha de acciones concretas en el lugar de trabajo. Hay un coordinador de prevención en cada centro de trabajo.

Además, la prevención está implantada dentro del sistema de mejora continua y en los talleres Lean, donde los propios trabajadores pueden proponer medidas para avanzar en materia de seguridad laboral. Desde el Servicio de Prevención se envía información a los trabajadores a través del Boletín Informativo de la Cooperativa (BIS), reuniones de centro, App Gente Consum, y web *noscuidamos*, entre otros.

La formación en salud y seguridad es una herramienta fundamental para la prevención de riesgos laborales en la Cooperativa. Una parte de las acciones formativas se realiza de forma interna por los técnicos de prevención, mientras que otra se imparte por servicios de prevención ajenos y academias de formación. Los trabajadores realizan un módulo de salud y seguridad en su formación de acogida al puesto de trabajo, así como otros cursos específicos de prevención dentro del programa de formación anual de la Cooperativa. Todos los cursos son gratuitos y se imparten durante la jornada de trabajo.

Dentro del Plan de Vigilancia de Salud se realiza un reconocimiento médico a los nuevos trabajadores y un reconocimiento, cada dos años, que con carácter general es voluntario, excepto en los supuestos regulados por la ley de aplicación. También se realizan reconocimientos tras el retorno de un trabajador por enfermedad común o accidente laboral de más de un año, y por enfermedad profesional independientemente de la duración; también a los trabajadores especialmente sensibles, así como a petición expresa del jefe de personas y bienestar. En todo momento se mantiene la confidencialidad de los datos personales de salud que se envían directamente al correo electrónico del trabajador. El Servicio de Prevención sólo recibe la carta de aptitud en la que se indica si el trabajador es apto o no para el desempeño de su puesto de trabajo.

ASISTENCIA MÉDICA

La Cooperativa cuenta con asistencia médica durante el horario laboral para trabajadores de las plataformas de Valencia, Barcelona y Murcia, así como de la sede social. El objetivo es velar por la salud de los trabajadores y prestar una asistencia personalizada, rápida y eficaz, evitando desplazamientos.

Además, los trabajadores tienen a su disposición, de forma totalmente gratuita, una aplicación de servicios médicos online que cuenta con las siguientes especialidades: medicina general, pediatría, traumatología, ginecología, psicología, dermatología, nutrición y dietética y entrenador personal.

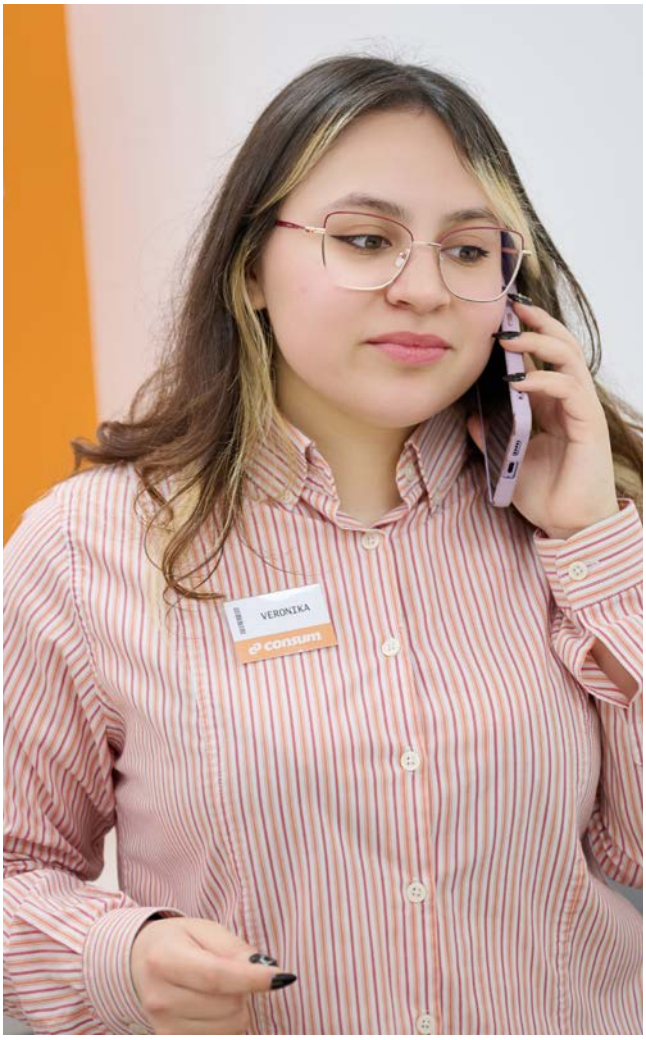
Para el cuidado de la salud, el personal médico de Consum escribe un artículo mensual en el BIS sobre diferentes temas propuestos por los trabajadores. A través del Club de Ofertas Gente Consum, también se facilita a los socios trabajadores descuentos en seguros de salud, clínicas, gimnasios, etc. Además, la Cooperativa también dispone de una Guía de Seguridad Vial para reducir los accidentes laborales de tráfico.

Por otra parte, se ofrece al trabajador una web de seguridad y salud donde se cuelgan noticias e información de interés en materia de prevención. Además, en la web se dispone de vídeos para realizar ejercicios para favorecer el cuidado de la salud articular, grabados por un profesional sanitario.

> LA FORMACIÓN EN SALUD Y SEGURIDAD ES UNA HERRAMIENTA FUNDAMENTAL PARA LA PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES EN LA COOPERATIVA

SOPORTE EMOCIONAL

Desde 2020, la plantilla cuenta con un teléfono gratuito de soporte emocional y apoyo psicológico, totalmente anónimo y confidencial. Los profesionales que atienden el canal ofrecen pautas, recomendaciones y ayuda psicológica, tanto para asuntos laborales como personales. Además, se han incluido descuentos para familiares de los trabajadores, reforzando así un enfoque integral del cuidado emocional. En el ejercicio 2025, se han atendido un total de 795 llamadas al servicio de soporte emocional.



Veronika, del Consum de Lleida, utilizando el servicio de soporte emocional y apoyo psicológico de Consum

FORMACIÓN Y PROMOCIÓN

La formación es un aspecto fundamental para fomentar el talento y la promoción entre los trabajadores, permitiéndoles adquirir nuevas competencias y habilidades necesarias para la organización en el futuro. En 2025 Consum ha invertido un 2,22% de su masa salarial en formación, lo que supone un total de 15,1 millones de euros, equivalente a 695 € por trabajador. Se ha producido un importante aumento de la inversión a través de los nuevos cursos de formación online. En 2025, los trabajadores han realizado de media 55,32 horas de formación.

PRINCIPALES PROGRAMAS Y HORAS DE FORMACIÓN

PROGRAMA DE FORMACIÓN	HORAS DE FORMACIÓN
ATENCIÓN AL CLIENTE	108.331
ESCUELA DE FRESCOS	351.925
HABILIDADES	73.734
ACOGIDA E INTEGRACIÓN	229.495
MONITORÍAS	66.330
PREVENCIÓN	111.861
SEGURIDAD ALIMENTARIA	39.564

> EN 2025 CONSUM HA INVERTIDO 15,1 MILLONES DE EUROS EN FORMACIÓN, EQUIVALENTE A 695€ POR TRABAJADOR

La Cooperativa dispone de diferentes programas de formación multidisciplinares que permiten mejorar el desempeño en el puesto de trabajo y ofrecer un mejor servicio a los clientes. A través de la App Gente Consum, los trabajadores disponen de un aula virtual llamada “Campus Consum”, en la que pueden acceder a un gran catálogo de cursos online. Éstos pueden realizarse de forma cómoda y adaptada a sus horarios. Entre los cursos disponibles se incluyen la sensibilización en igualdad, entender el capital social, o habilidades de liderazgo como la gestión del tiempo, comunicación, etc.

Respecto a la asistencia financiera que la Cooperativa recibe por parte de la Administración Pública, es destacable que la mayoría de ésta se destina, principalmente, a la formación de los trabajadores. En concreto, se ha recibido un total de 1.700.357,20 € en el ejercicio 2025.

En Consum se realiza periódicamente una evaluación del desempeño profesional para todos los trabajadores de la Cooperativa. En 2025, el 92,04% de la plantilla ha recibido su evaluación en base a las competencias genéricas y específicas de su puesto de trabajo. Sobre los resultados, los responsables directos proponen diferentes medidas y cursos de formación para mejorar el desempeño profesional.

REMUNERACIÓN

Las políticas de Consum incluyen el compromiso de definir sistemas transparentes y equitativos de remuneración para todos los trabajadores. En Consum, el salario base para un determinado puesto es similar para todas las personas en función de su responsabilidad y aportación al negocio, independientemente de su sexo o lugar de trabajo, evitando cualquier discriminación salarial y de género.

El Consejo Rector de la Cooperativa, a propuesta del Comité Social, aprobó en enero de 2026 una subida salarial del 2,9% para el 100% de la plantilla, con el fin de mejorar su poder adquisitivo. Este incremento, que empezó a aplicarse en la nómina del mes de febrero, representa una inversión de más de 22 millones de euros y supone un aumento mínimo por socio trabajador de 643 euros brutos al año. Con esta mejora, la plantilla acumula una subida salarial del 20% en los últimos 4 años.

La remuneración media de un socio trabajador personal operativo durante el ejercicio ha sido de 2.097,17€ mensuales, incluyendo retribuciones fijas, variables, retornos cooperativos y rendimiento del capital social. Puesto que el salario mínimo interprofesional en España se situó en 1.381,33€, el salario base de un socio trabajador de Consum es un 12,67% más, computado todo en 12 pagas.

En las Políticas de Personas y Bienestar se establece el compromiso de definir sistemas transparentes y equitativos de remuneración para todos los trabajadores. En Consum, el salario base para un determinado puesto es el mismo para todas las personas, independientemente de su sexo o lugar de trabajo.



TU BIENESTAR ES NUESTRA PRIORIDAD

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

El compromiso de Consum en materia de Igualdad y Conciliación tiene como objeto alcanzar la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en todos los ámbitos de la Cooperativa, eliminar la discriminación y asegurar el respeto a la diversidad. Asimismo, persigue fomentar un entorno favorable que facilite la conciliación de la vida personal y profesional de toda de la Cooperativa.

Hace cuatro años, la Cooperativa lanzó su IV Plan de Igualdad 2022-2025, con el propósito de asegurar la igualdad de trato y oportunidades en los procesos de selección, ofrecer formación en esta área a todos los trabajadores y promover la igualdad en los procesos de ascenso. El plan también contempla garantizar la igualdad salarial, revisando y analizando los sueldos desde una perspectiva de género, promoviendo medidas para la conciliación de la vida personal y asegurando la prevención de situaciones de acoso sexual, por razón de sexo o cualquier tipo de discriminación, así como estableciendo protocolos de actuación en estos casos.

Durante 2025, se ha desarrollado el diagnóstico y la elaboración del V Plan de Igualdad 2026-2029, que constará de 14 objetivos y 22 acciones.

Consum demuestra su compromiso con la igualdad de género, alineado con sus valores cooperativos, al formar al 100% de la cadena de mando en igualdad de oportunidades y perspectiva de género. El Plan de Igualdad está accesible para toda la plantilla a través de la intranet, el gestor documental corporativo y la App Gente Consum. Gracias a estos planes, se ha favorecido la incorporación de más mujeres a puestos de responsabilidad, con un 64,14% de los cargos de dirección de tiendas ocupados por mujeres.

Desde 2014, Consum mantiene un convenio con Fundación ONCE dentro del Programa Inserta, con el objetivo de facilitar la incorporación a la plantilla de personas con discapacidad. A lo largo de este tiempo, se han contratado 168 personas en las tres unidades de negocio de la Cooperativa. En 2025, se renovó este convenio, que ha sido una colaboración exitosa durante 11 años. Además, se ha consolidado el propósito de poner a las personas en el centro, promoviendo la integración laboral de personas con discapacidad.

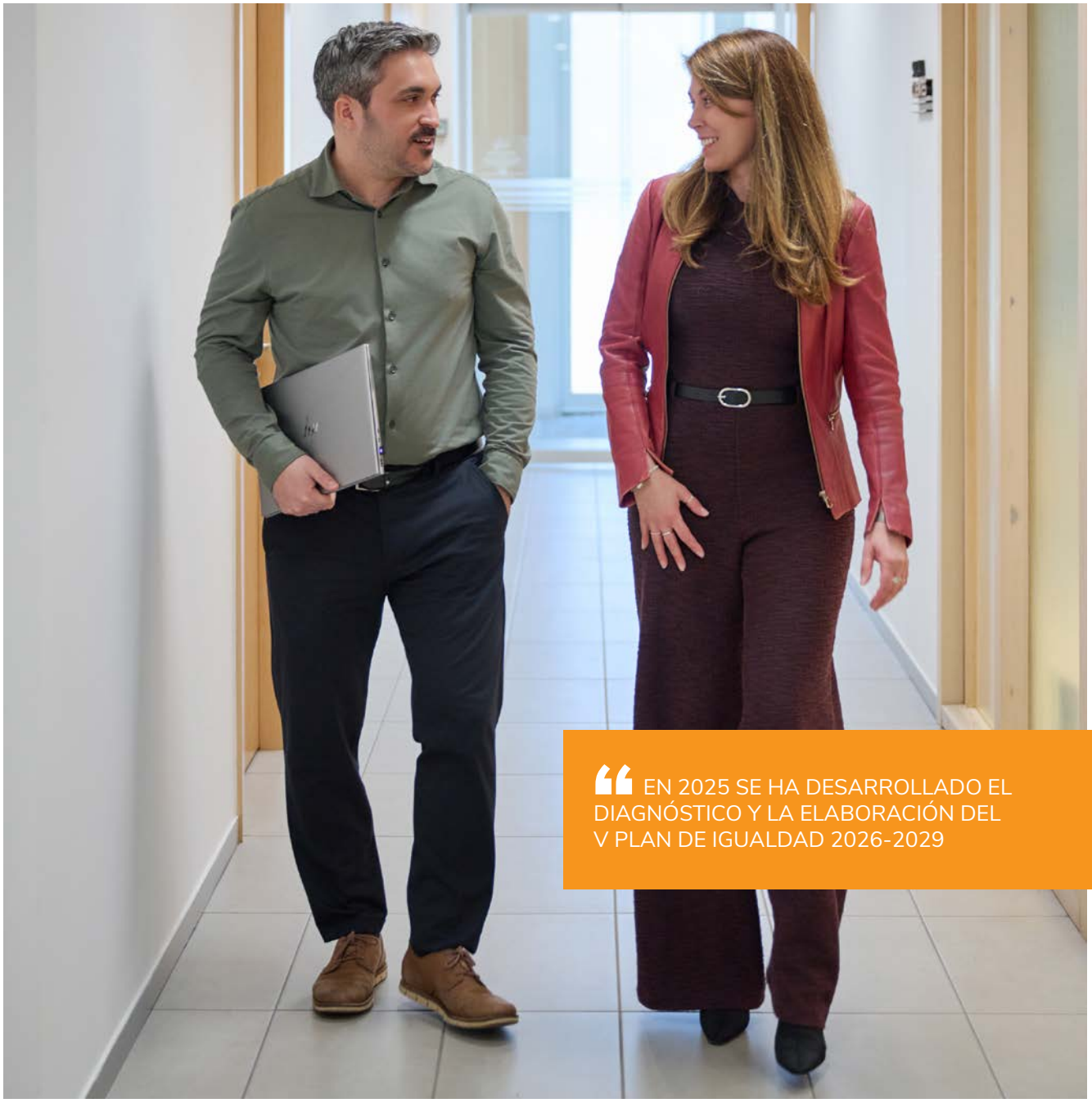
IGUALDAD EN LA EMPRESA

Fundación ONCE | Inserta

En este sentido, destaca también la renovación del convenio con la Fundación Adecco con el programa #EmergenciaPorElEmpleo para contribuir a la inclusión laboral de personas en situación de vulnerabilidad. Desde que la Cooperativa apoyó por primera vez la iniciativa, hace 5 años, se ha atendido a 41 personas en situación de vulnerabilidad, se han llevado a cabo 752 acciones de orientación laboral y formación, 226 de intermediación y se han firmado 29 contratos laborales.

Durante 2025 y gracias a la renovación del acuerdo, el apoyo de Consum a esta iniciativa se vio reflejado en el acompañamiento a personas en situación de vulnerabilidad a través de itinerarios de empleo en las provincias de Castellón y en Valencia, más en concreto en municipios afectados por la DANA. Las personas beneficiarias fueron mujeres víctimas de violencia de género y con cargas familiares no compartidas, con discapacidad y/o personas en riesgo de exclusión por otros motivos.

Por otra parte, en noviembre de 2025 Consum y la Fundación ”la Caixa” firmaron un convenio de colaboración para impulsar la integración sociolaboral de personas en situación de vulnerabilidad, especialmente mayores de 45 años, a través del programa Incorpora de la Fundación. El objetivo de esta alianza es facilitar su acceso a un empleo digno y adaptado a las aptitudes y motivaciones de cada persona.



> “ EN 2025 SE HA DESARROLLADO EL DIAGNÓSTICO Y LA ELABORACIÓN DEL V PLAN DE IGUALDAD 2026-2029

Desde hace más de 15 años, la Cooperativa mantiene un acuerdo con Cruz Roja para apoyar a personas con dificultades para acceder al mercado laboral. A través de este convenio, Consum contribuye con una aportación económica y facilita la inserción laboral mediante contrataciones y la acogida de prácticas no laborales en cursos de capacitación organizados por Cruz Roja. Gracias a esta colaboración, se han contratado a 321 personas desde 2014.

En 2025, Consum ha reafirmado su compromiso con la Fundación Adecco, apoyando dos programas clave para la inclusión laboral. El programa #EmpleoParaTodos, que tiene como misión la inclusión laboral de personas con discapacidad y/o en riesgo de exclusión y que, gracias al apoyo de la Cooperativa, en 2025 generó 3.309 empleos para personas con discapacidad y brindó formación y orientación laboral a más de 8.000 personas. Y el programa #EmergenciaPorElEmpleo, que ha sido respaldado por Consum por quinto año consecutivo y que se orienta al fomento de la inclusión laboral en situaciones de emergencia social. En el marco de esta iniciativa, durante 2025 se atendieron a 7 personas para ofrecerles apoyo en la búsqueda de empleo. Con estas acciones, Consum continúa contribuyendo a la generación de oportunidades laborales para colectivos en situación de vulnerabilidad, reafirmando su compromiso con una sociedad más inclusiva y equitativa.

Se cumplen dos años desde la creación del Comité para la Prevención del Acoso y la Discriminación en Consum, que refuerza el compromiso con la prevención de acoso y discriminación. Este comité, formado por la Dirección de Personal, la Presidencia del Comité Social, representación del Consejo Rector, la división jurídica y la responsable de prevención y riesgos laborales, ha trabajado en la actualización del protocolo para prevenir el acoso en todas sus formas. Además, el Canal de Prevención del Acoso, lanzado el año pasado, se ha consolidado como una herramienta eficaz, al garantizar el anonimato de los trabajadores.



Firma del convenio con la Fundación Adecco



Andrés Sánchez, compañero de la oficina de Silla

DIVERSIDAD

En 2025, se ha definido el I Plan de Diversidad de Consum. Su finalidad principal es garantizar que todas las personas, independientemente de su orientación sexual, identidad o expresión de género, origen, edad, capacidades, situación familiar u otras características personales, puedan desarrollarse profesionalmente en un entorno seguro, libre de discriminaciones y con igualdad de oportunidades.

Se han definido 10 objetivos y 14 acciones, ligadas a los procesos de acceso al empleo, formación, promoción interna, retribución, conciliación y prevención del acoso.

> “ EN 2025 SE HA DEFINIDO EL I PLAN DE DIVERSIDAD DE LA COOPERATIVA, PARA EL QUE SE HAN DEFINIDO 10 OBJETIVOS Y 14 ACCIONES

CONCILIACIÓN

La Cooperativa está comprometida con la conciliación de la vida familiar y laboral, para fomentar la corresponsabilidad entre hombres y mujeres en lo que se refiere al cuidado de los hijos y otras personas dependientes en el hogar, así como el equilibrio en otros ámbitos de su vida personal. Así, en 2025 Consum invirtió 77 millones de euros en conciliación, lo que asciende a un total de 3.345,41 euros por trabajador.

Consum dispone del catálogo "+ de 75 Medidas para Conciliar", con iniciativas para favorecer el equilibrio entre la vida profesional y personal de los trabajadores, como la jornada continua en supermercados y plataformas logísticas, la jornada flexible en oficinas y sede, y la jornada laboral de cinco días, disponible para toda la plantilla. Además, en el artículo 9.8 de la normativa de centro se incluye una medida de desconexión digital por la que los trabajadores podrán desconectar sus terminales durante los períodos de descanso, bajas laborales, permisos o vacaciones, sin que pueda suponer la adopción de ninguna clase de medida disciplinaria por parte de la Cooperativa, garantizándose así su derecho a la conciliación personal y familiar.

Todas las personas que trabajan en la Cooperativa disfrutan de idénticos beneficios sociales, independientemente del tipo de jornada que tengan, aunque sí que hay ventajas exclusivas vinculadas a la condición de socio. A continuación, se recogen algunas de las medidas de conciliación más destacadas que se incluyen en el catálogo y el número de personas beneficiadas por las mismas:

MEDIDAS DE CONCILIACIÓN Y OTROS BENEFICIOS SOCIALES

	PERSONAS BENEFICIARIAS EN 2025	PORCENTAJE SOBRE PLANTILLA
CALIDAD EN EL EMPLEO		
Servicio médico	4.162	18,07%
Préstamos para socios	89	0,41%
Seguro de vida y accidentes	23	0,10%
FLEXIBILIDAD TEMPORAL Y ESPACIAL		
Jornada continua	22.066	95,81%
Traslados por proximidad centro de trabajo a domicilio	58	0,25%
Jornada laboral de 5 días a la semana en supermercados	19.170	100%
APOYO A LA FAMILIA		
Permiso de lactancia acumulado	470	2,04%
Permiso de paternidad	311	1,35%
Vale-Canastilla para socios	818	3,95%
Paga por hijos con discapacidad	454	1,97%
Concurso de tarjetas Navideñas	4.322	18,77%
Protocolo de la protección de la maternidad	605	3,64%
Licencia por riesgo en el embarazo con 100% salario	187	1,13%
Paga por discapacidad	214	0,93%
Paga para trabajadoras víctimas de violencia de género	41	0,18%

Consum es, además, la única empresa de su sector certificada con el sello efr de Empresa Familiarmente Responsable desde 2007, con calificación A de Excelencia. Este certificado, promovido por la Fundación Másfamilia y avalado por el Ministerio de Igualdad, distingue la labor de las empresas a la vanguardia en materia de conciliación e igualdad. Este distintivo acredita el compromiso de la Cooperativa con la conciliación entre la vida laboral, familiar y personal, consolidando un modelo de gestión centrado en las personas. Solo siete organizaciones en España han logrado este nivel de excelencia, que implica superar ampliamente los requisitos básicos del modelo efr.

Además, Consum es la primera empresa del sector retail en implementar el nuevo modelo efr bienestar, una evolución innovadora de la certificación efr que integra la salud física, mental y emocional en la cultura organizacional. La Cooperativa ha participado en este proyecto piloto junto a otras dos entidades que también han obtenido el certificado efr bienestar, consolidando así una red de organizaciones que apuestan por una gestión responsable y humana.



Entrega del certificado efr Bienestar a Consum

+ de 75 Medidas para Conciliar

> EN 2025 CONSUM INVIRTIÓ 77 MILLONES DE EUROS EN CONCILIACIÓN, LO QUE ASCIENDE A UN TOTAL DE 3.345,41 EUROS POR TRABAJADOR


CHARCUTERÍA | XARCUTERIA

06

HACIA LA EXPERIENCIA QUE QUEREMOS

consum

Un futuro en el que las personas estén en el centro de nuestra actividad y la compra se adapte a ellas.

Un futuro en el que la experiencia de compra esté conectada con las necesidades reales de las personas, con servicios cada vez más personalizados y donde el verdadero eje de valor no sea el producto sino el cliente.



ASÍ SE AHORRA POR SER SOCIO

Con 20 años de historia, el programa de ventajas de Mundo Consum tiene como propósito ayudar a sus socios-clientes a optimizar su presupuesto familiar, ofreciendo la mejor oferta desde la primera unidad, una selección de productos básicos a precios ventajosos. A ello se suma el programa de ventajas Mundo Consum, que premia la fidelidad con descuentos, cheques para canjear en tienda (física u online) y ofertas personalizadas según los productos que cada socio consume habitualmente.



Tarjeta física de Mundo Consum

Cada mes, se generan más de un millón de ofertas y 500.000 combinaciones personalizadas a través de "Mis cupones ahorro" y "Mis favoritos", adaptadas a las preferencias de cada socio. Los socios pueden acceder a estas ofertas a través de la web, la tienda online, el extracto en papel o la App Mundo Consum, donde también pueden canjear cheques, consultar descuentos y ubicar supermercados cercanos. Una de las funciones de la app es el apartado 'Próximo Cheque', que permite a los socios realizar un seguimiento de sus compras, descuentos acumulados y porcentaje de ahorro.

En 2025, el 76,7% de los socios-clientes participaron en las ventas, y recibieron un total de 78,9 millones de euros en descuentos, lo que supone un crecimiento del 13% respecto a 2024. Con todos los descuentos, cada socio-cliente ha podido ahorrar de media unos 35,5 € al año, un 7,3% más que el año anterior. El ahorro acumulado proviene de los descuentos incluidos en el programa Mundo Consum: 'Mis Favoritos', productos 'Cheque-Crece', que Consum trabaja en colaboración con sus proveedores y 'Mis Cupones Ahorro'. A estos beneficios hay que añadir el descuento que Consum realiza a sus socios por compras acumuladas.

Consum ha incorporado mejoras durante este último año para facilitar la compra online y ofrecer una experiencia más personalizada. Entre ellas destaca un espacio exclusivo de recetas inspiracionales, adaptadas a cada época del año, que permite añadir los ingredientes directamente al carrito para simplificar la planificación de menús.

También se ha incluido recientemente el acceso directo a "Mis Favoritos", que permite consultar de forma rápida las ofertas personalizadas, y la funcionalidad "Mis más comprados", que agiliza la repetición de productos habituales. Además, se ha habilitado un apartado específico para cupones y descuentos dentro del proceso de compra, lo que optimiza el ahorro y asegura que el socio-cliente aproveche todas las ventajas disponibles.

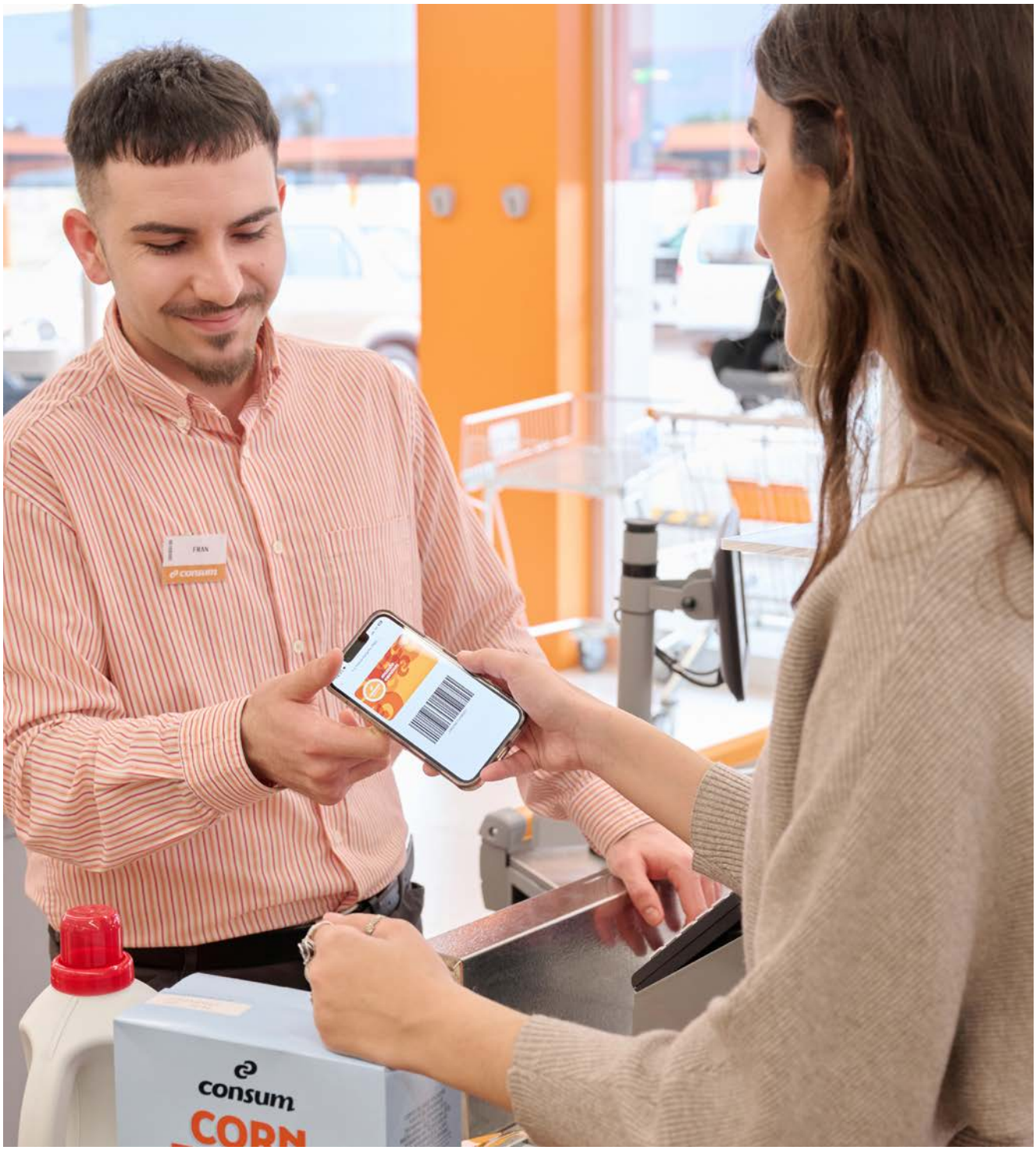
Estas mejoras responden al compromiso de Consum con la innovación y la satisfacción de sus socios-clientes, facilitando una experiencia más cómoda, personalizada y eficiente.

Por otra parte, a finales de diciembre de 2025 se implantó la emisión de las tarjetas de fidelización con plástico 100% reciclado, con el fin de dar un paso más hacia la sostenibilidad. El cambio se comunicó en el soporte que se envía al socio con su tarjeta, en la propia tarjeta y en el número marzo-abril de la revista Entrenosotros.

EVOLUCIÓN DE SOCIOS-CLIENTES

	ALTAS	BAJAS
2023	330.573	3.438
2024	331.568	3.303
2025	339.892	3.821

En 2025 se sumaron a la Cooperativa 339.892 nuevos socios-clientes, alcanzando un total de 5.293.028, un 6,8% más, cifra que evidencia la buena evolución del programa de ventajas. De hecho, Consum superó la cifra de los 5 millones de socios-clientes en marzo de 2025. Estos datos la sitúan ya como la Cooperativa española con mayor número de socios-clientes.



Uso de la tarjeta digital de Mundo Consum

LOS MEJORES ANFITRIONES A TU SERVICIO

MODELO DE EXCELENCIA

Los principales servicios que la Cooperativa ofrece a todos sus socios y clientes en los supermercados Consum son:

- Servicio a domicilio
- Compra online
- Nuevo sistema de gestión de turno
- Perfumería asistida
- Wifi clientes
- Implantación de etiquetas electrónicas
- Cajas autocobro
- Envasado al vacío charcutería corte
- Zumo recién exprimido
- Encargos



Servicio de perfumería asistida en el Consum de Moncofa

El Modelo de Excelencia de Consum se basa en la orientación de los trabajadores hacia el cliente como "Anfitriones", ofreciendo siempre el mejor servicio y producto fresco, y "Asesores", orientados a las personas, es decir, a los compañeros de sus equipos de trabajo.

Cobra especial importancia la figura de los "Maestros de la Frescura", que son los encargados de asesorar a los clientes en su elección de productos frescos en las secciones de carnicería, charcutería, pescadería, frutas y verduras y horno, aportándoles un valor añadido a través de recetas o consejos de preparación y conservación y ofreciendo, a su vez, novedades y ofertas, así como los productos más frescos y de proximidad.

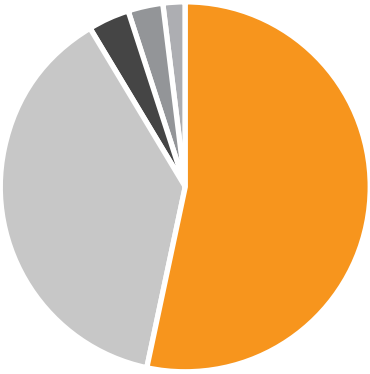
Como complemento a este modelo de servicio en tienda, Consum sigue desarrollando también su programa dirigido a conseguir la excelencia en la orientación a las personas, convirtiendo a los mandos de los supermercados en los mejores "Asesores" de sus equipos. Para conseguir el mejor ambiente de trabajo, los asesores dan lo mejor de sí mismos en la interacción con sus equipos, ayudándoles a crecer y desarrollarse en Consum, a través de su formación y motivación, de manera que esta actitud se traslade, finalmente, también a la excelencia en el servicio al cliente.

ATENCIÓN AL CLIENTE

Una de las prioridades de la Cooperativa es ofrecer el mejor servicio al cliente, resolviendo dudas o consultas de manera eficaz. La comunicación directa juega un papel clave, y el Servicio de Atención al Cliente atiende y ofrece el mejor servicio ante cualquier duda o consulta. Las consultas pueden realizarse a través del teléfono de atención al cliente, el centro de ayuda en la página web, que ofrece respuestas rápidas a preguntas frecuentes y un formulario para gestiones simples, o mediante redes sociales. Además, se dispone de un servicio de *chatbot* en la tienda online y la App Mundo Consum, que agiliza la resolución de incidencias durante el proceso de compra.

En 2025 se atendieron 389.596 procesos de atención al cliente:

ATENCIÓN AL CLIENTE



- Sugerencias 1.638 0,42%
- Consultas 218.580 56,11%
- Felicitaciones 752 0,19%
- Solicitudes 162.412 41,69%
- Reclamaciones 6.214* 1,59%

**Incluyen las reclamaciones recogidas a través de la OMIC, hojas de reclamaciones puestas a disposición del consumidor, canal interno, dinámicas, RRSS y reseñas.*

El índice de satisfacción con la atención recibida por el cliente se mide mes a mes. La recomendación media es del 58,89% y la satisfacción con el servicio de Atención al Cliente es del 85%.



Compañeros de Atención al Cliente en la Sede de Silla

ACCESIBILIDAD

Consum dispone en todas sus tiendas de Castilla-La Mancha de un servicio de asistencia en tienda para personas mayores o con algún tipo de discapacidad. Se trata de un programa de comercio inclusivo, promovido por el Gobierno Autonómico, el Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad de Castilla-La Mancha (CERMI CLM) y asociaciones de supermercados e hipermercados, que prima la accesibilidad e igualdad. Para acceder a dicho servicio de compra asistida, los clientes de Consum solo deben solicitarlo al personal del establecimiento, que los acompañará y les dará la asistencia necesaria.

COMUNICACIÓN RESPONSABLE

Consum mantiene un contacto permanente con sus grupos de interés mediante sus diferentes canales de comunicación, apostando siempre por la claridad y la veracidad. Esta forma de relacionarse permite compartir información de manera rigurosa y responsable, en coherencia con los valores de la Cooperativa y respaldada por una gestión sólida y comprometida.

La Cooperativa dispone de una amplia variedad de espacios digitales orientados tanto a la formación, como a la información. Estos recursos abarcan desde contenidos corporativos y de la tienda online, hasta herramientas avanzadas como el buscador geolocalizado de supermercados. Además, los socios-clientes cuentan con un entorno digital exclusivo y con plataformas especializadas que ofrecen artículos y consejos de calidad sobre alimentación, bienestar, salud, hábitos de compra, estilo de vida, belleza, bodega y otros temas de interés.

Con el objetivo de reforzar la cercanía con sus clientes, Consum impulsa también la comunicación a través de sus perfiles en redes sociales (Facebook, X, Instagram, YouTube y LinkedIn). En estos espacios comparte contenidos útiles, novedades de productos y servicios, y atiende consultas en tiempo real. Así, favorece un vínculo de confianza y una relación más directa y ágil con todos sus grupos de interés. Como novedad, en agosto de 2025 la Cooperativa inició su andadura en TikTok con el objetivo de potenciar el posicionamiento diferencial de Consum entre los más jóvenes, usuarios de esta red social que se afianzó durante la pandemia, para crear comunidad desde la autenticidad, los valores y los momentos cotidianos.



Revista Entrenosotros de Consum

	2025
VISITAS WEBS CONSUM	19.842.318
FANS FACEBOOK	172.955
SEGUIDORES X	22.077
SEGUIDORES INSTAGRAM	86.158
SEGUIDORES LINKEDIN	73.003
SEGUIDORES TIK TOK	2.894
REPRODUCCIONES EN YOUTUBE	5.917.460
CONSULTAS EN REDES SOCIALES	65.108
VALORACIÓN DEL CLIENTE EN GOOGLE	4,34 sobre 5

Cada vez son más las personas que acceden a la revista Entrenosotros a través de la newsletter online. Aun así, se mantiene el formato impreso bimestral, disponible en exclusiva para los socios-clientes de Consum mediante envío postal a sus hogares. En 2025, la tirada ha alcanzado los 1,8 millones de ejemplares, llegando a 300.000 hogares.

Además, la Cooperativa publica Cuidarnos, una revista trimestral especializada en belleza, cuidado corporal y bienestar, coincidiendo con los cambios de estación. Esta publicación también está disponible en formato digital.

Como muestra de su compromiso con los socios de todas las zonas donde está presente, Consum adapta sus materiales de comunicación a los idiomas oficiales de cada comunidad —castellano, valenciano y catalán—. Además, algunos de sus portales corporativos incorporan también el inglés, lo que facilita el acceso a clientes de otros países.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La transparencia es fundamental para cualquier organización, por eso la Cooperativa mantiene una comunicación constante con la opinión pública a través de los distintos medios informativos. Durante 2025, Consum informó de su actividad a través de 76 notas de prensa oficiales, alcanzando un total de 5.616 impactos en medios de comunicación. Los canales online siguen siendo los protagonistas en la repercusión de las noticias de la Cooperativa, ya que representan el 67,2% del total de impactos. La difusión de noticias en prensa en papel sigue teniendo una importante presencia, con más del 27% de todos los impactos.

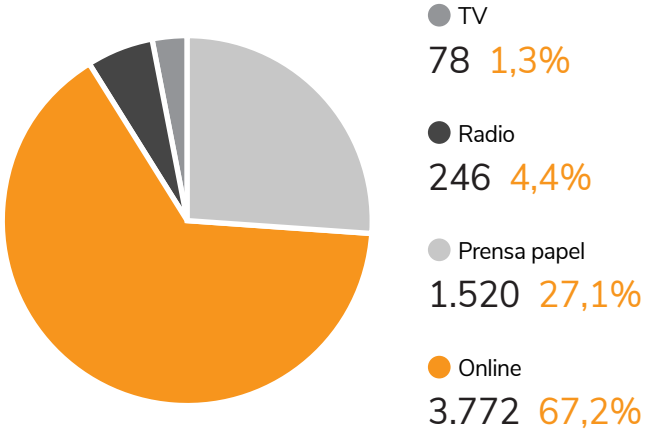
El evento más importante en cuanto a medios de comunicación se produce con la Presentación de Resultados Económicos Anuales. Se trata de un acto al que se convoca a medios generalistas y especializados y que se realiza una vez al año. En él, la Cooperativa da a conocer los principales hitos del año, a la vez que se presentan también los objetivos para el próximo ejercicio. Se trata de un foro de diálogo abierto con los medios de comunicación en el que se fomenta el valor de la transparencia, siempre poniendo a las personas en el centro.

Otro de los hitos relevantes en el ámbito de medios de comunicación tuvo lugar en el verano de 2025, cuando Consum celebró en Barcelona un encuentro informativo con medios de Cataluña, en el marco de un almuerzo de prensa. En esta jornada se presentaron los planes de expansión de la Cooperativa en la comunidad para los próximos tres años, así como los resultados del ejercicio en este territorio. Esta iniciativa refuerza el compromiso de Consum con la cercanía y la transparencia en su relación con los medios.

Por otra parte, la Cooperativa colabora quincenalmente con dos microespacios radiofónicos, uno los domingos en "A vivir que son dos días - Comunidad Valenciana" de la Cadena SER y otro los martes en "Hoy por hoy" de la Cadena SER en la Región de Murcia. También, todas las semanas colabora con consejos más breves en "La Mañana con Herrera" de la COPE y en el magazine matinal "Hoy por hoy" de la SER y también en Plaza Podcast, Intereconomía y Valencia Capital Radio. Además, se emiten los espacios "Aquí en la Onda" de Onda Cero Valencia y los fines de semana en "Vía Lliure" de RAC1, que pueden escucharse en la Comunidad Valenciana y Cataluña, respectivamente. También colabora en el magazine "Más de uno" en Onda Cero Almería, El Ejido, Roquetas de Mar y Vélez Rubio. Durante 2025 se han emitido espacios formativos semanales y quincenales en televisiones locales, regionales y autonómicas del área de influencia de la Cooperativa, como las televisiones de Prensa Ibérica (Levante TV, Medi TV e Información TV), La 8 Mediterráneo, TV3 y otras locales catalanas, 7TV Región de Murcia, Canal Sur y CMM Castilla-La Mancha, entre otras.

Fruto de este esfuerzo, la Cooperativa se ha situado en un índice reputacional del 70,4 sobre 100, 0,6 puntos más que en 2024, según la plataforma de medición especializada RepTrak.

IMPACTOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN





CELEBRAMOS JUNTOS NUESTRO 50 ANIVERSARIO

En 2025 Consum vivió un hito muy importante en su historia ya que celebraba su 50 aniversario. Por eso, durante todo el año trabajadores, clientes, proveedores, franquiciados, organizaciones y la sociedad en general, pudieron vivir con nosotros un cumpleaños muy especial. Durante todo el año se realizaron acciones y eventos para los distintos grupos de interés con el objetivo de que todas las personas que forman Consum, de una forma u otra, sintieran que esta fiesta también era suya.

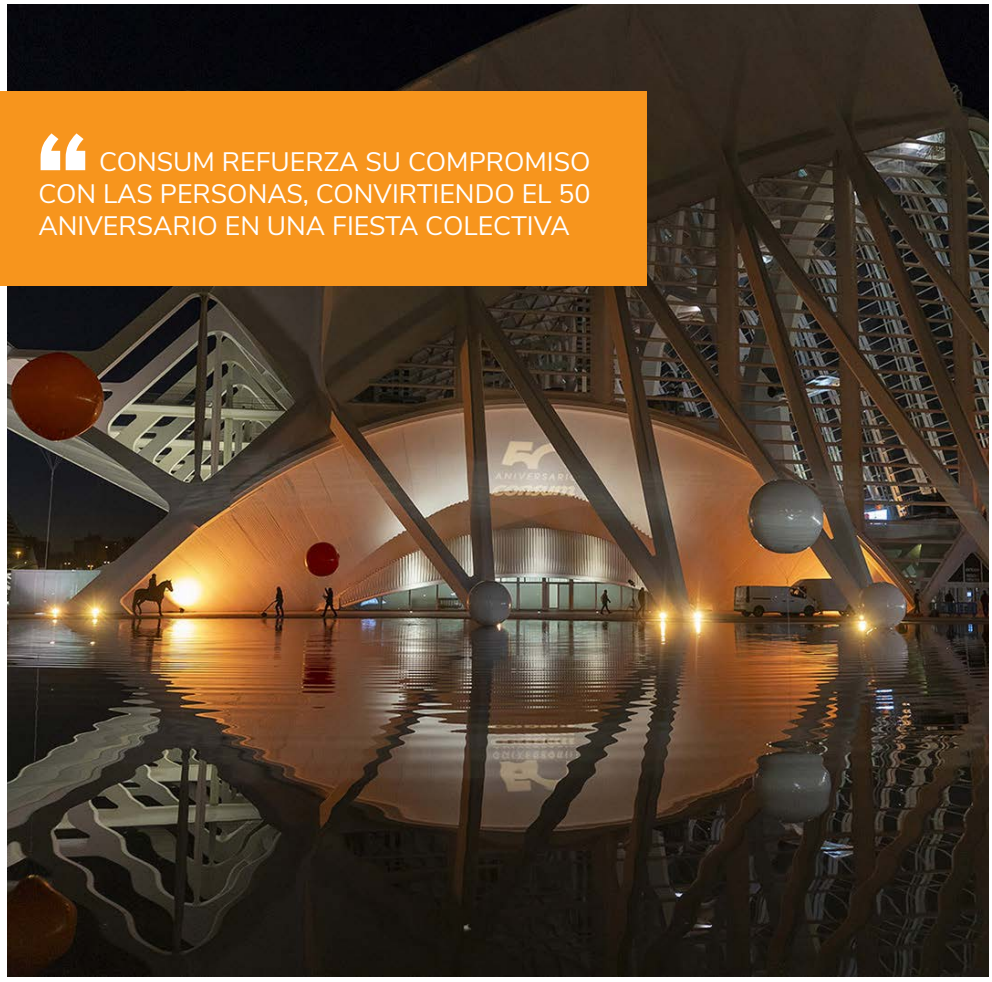
Los actos conmemorativos tuvieron el pistoletazo de salida con la presentación de Resultados Económicos de 2024, en mayo, cuyo lema fue '50 años creyendo en las personas, 50 años caminando hacia el futuro". Allí también se proyectó por primera vez el spot conmemorativo para compartir la celebración con todos los socios-clientes y socios trabajadores.

En junio, las Juntas de Trabajadores tuvieron una celebración muy especial, a la que asistieron más de 10.700 personas, la mayor parte de los socios a la vez, en 7 ciudades distintas. En esta celebración, además de informar de cómo evoluciona Consum pudimos vivir un día de sorpresas, regalos y hacer un recorrido muy especial por nuestra historia a través de la música.

Además, el 13 de noviembre se repartió más de 80.000 raciones de tarta entre clientes y trabajadores para celebrar su 50 aniversario en una acción que paró la actividad de toda la organización. La celebración tuvo lugar por la mañana en las sedes y plataformas logísticas —cubriendo los tres turnos—, y por la tarde, de forma simultánea, en las más de 500 tiendas Consum repartidas por el territorio nacional.

La tarta, símbolo universal de celebración, ha servido como hilo conductor de este aniversario, representando la voluntad de Consum de compartir este cumpleaños con quienes forman parte de su historia: trabajadores, clientes, proveedores, franquiciados Charter, entidades sociales y medios de comunicación. A lo largo del año, esta "gran tarta" ha ido tomando forma a través de diferentes eventos y acciones que han puesto en valor la dimensión humana y participativa de la Cooperativa.

> "CONSUM REFUERZA SU COMPROMISO CON LAS PERSONAS, CONVIRTIENDO EL 50 ANIVERSARIO EN UNA FIESTA COLECTIVA



Entrada del Museu de les Ciències de Valencia



Francesc Llobell, Presidente de Consum, durante su discurso en la Gala



Consejo de Dirección en la Gala del 50 Aniversario de Consum

Con esta iniciativa, Consum refuerza su compromiso con las personas, convirtiendo el 50 aniversario en una fiesta colectiva donde la unión, la cercanía y la participación son los ingredientes principales.

La guinda a esa simbólica tarta de efemérides se puso el 27 de noviembre con una gran Gala, celebrada en el Museu de les Ciències de Valencia, que reunió a más de 1.200 personas representantes de socios trabajadores y consumidores, entidades, proveedores, franquiciados y medios de comunicación, todos los grupos de interés que han hecho posible Consum.

Por último, los más de 23.400 trabajadores de la Cooperativa recibieron en Navidad el tradicional vale de compra de todos los años, pero con un suplemento de 50 euros con motivo del 50 aniversario de Consum (que supuso una inversión de 1.173.400 euros).





Momentos de la cena durante la celebración del 50 Aniversario

ENCUENTROS #DECIRHACIENDO

Los Encuentros #DecirHaciendo de Consum buscan crear un espacio de conversación cercana, donde expertos y medios de comunicación dialogan sobre cuestiones relevantes para la sociedad, como la salud, la alimentación, la calidad de vida, el consumo, el medio ambiente o la innovación, entre otras. Estos encuentros se plantean como coloquios que reúnen a especialistas en cada materia y cuyos contenidos se comparten posteriormente a través de los medios de comunicación. Desde que Consum comenzó con estos Encuentros en 2018, se han realizado doce ediciones, realizados en formato presencial y retransmitidos de manera virtual.

Bienestar emocional
Febrero 2025

En 2025 se realizó un encuentro #DecirHaciendo sobre 'Bienestar emocional', donde se destacó que la salud física y emocional de los trabajadores es un binomio inseparable, que debe estar equilibrado. El enfoque debe ser integral de la persona, atendiendo todas sus vertientes e inquietudes. Las personas son el motor de cualquier actividad empresarial y por eso hay que cuidarlas en todas sus facetas e implantar medidas que favorezcan el bienestar físico y emocional. En el Encuentro se presentó la nueva Estrategia de Personas y Bienestar de la Cooperativa que atiende: el bienestar personal, cubriendo necesidades de carácter más individual como la retribución, la salud física y psicológica y la conciliación; el bienestar profesional, con formación, opciones de desarrollo y promoción y, por último, el bienestar con la organización, con iniciativas ligadas a los valores cooperativos (sostenibilidad, solidaridad, salud) para cuidar y fidelizar el talento.

Además, Consum cuenta también con un espacio digital en el que se recogen los principales compromisos de la Cooperativa ante los retos sociales, económicos y ambientales a los que se enfrenta la organización.



Encuentro #DecirHaciendo sobre 'Bienestar emocional'

COMUNICACIÓN COMERCIAL

La actividad comercial de Consum se impulsa a través de un Plan Publipromocional que destaca los productos frescos, una amplia oferta de artículos de fabricante y una relación calidad-precio en su marca propia muy competitiva, además de una clara apuesta por los productos locales. Asimismo, toda la comunicación promocional y las ofertas destinadas al cliente están basadas en el ahorro, la alimentación saludable y el fomento de un consumo responsable.

Los canales de comunicación comercial de Consum son:

- **Punto de venta:** señalética, etiquetas de precio, megafonía, balanzas y cartelería informativa.
- **Folleto comercial:** se envía a los socios-clientes de forma nominal a sus domicilios o vía online, así como a los clientes de barrios cercanos a las tiendas. Corresponde con los periodos de oferta de precio y cheque-crece, conforme al Plan Publipromocional.
- **Entorno online:** a través de la web corporativa www.consum.es y a través de publicidad en los medios digitales y redes sociales. Este ejercicio se han realizado campañas de continuidad digitales con el objetivo de ganar presencia en el medio como marca, potenciar el canal de venta online y acciones 'drive to store' para captar usuarios hacia el punto de venta.
- **Acciones de marketing relacional:** a través de eventos con carácter puntual.
- **Aperturas y reformas:** comunicación a los clientes y socios-clientes en la zona de influencia.

Todos los canales comunican los vectores principales de la estrategia de comunicación de la Cooperativa:

- **Maestros de la frescura.**
- **Marcas propias de Consum.**
- **Programa de ventajas Mundo Consum para socios-clientes.**

LANZAMIENTO DE LA NUEVA WEB

Durante 2025, la Cooperativa ha puesto en marcha la nueva web www.consum.es, un entorno digital que reúne los diferentes sites que conformaban el universo digital de Consum. Este proyecto no es únicamente una mejora visual, sino que implica una transformación integral de los procesos y sistemas tecnológicos de la Cooperativa. Su objetivo es centralizar y fortalecer la interacción con todos los grupos de interés.

La nueva plataforma:

- **Aglutina la información corporativa, comercial y de servicios bajo un mismo dominio, optimizando la autoridad de marca y la eficiencia operativa.**
- **Garantiza que la navegación sea intuitiva y que la interfaz responda de manera fluida a las necesidades reales del cliente.**
- **Se ha trabajado minuciosamente en la reducción de fricciones, ofreciendo una experiencia de uso satisfactoria que refuerza la fidelización y el compromiso con la marca.**

Con este lanzamiento, Consum reafirma su compromiso con la innovación y la excelencia en el servicio. La integración de activos digitales no solo mejora la percepción de marca, sino que proporciona una base escalable para futuras implementaciones tecnológicas, asegurando que la cooperativa se mantenga a la vanguardia de las exigencias del mercado actual.


FRUTA Y VERDURA
1 89
2 30
2 29
POMES

07

HACIA LA CALIDAD QUE QUEREMOS

Un futuro en el que la calidad sea una garantía, no una promesa.

Un futuro en el que cada producto, cada proceso y cada servicio respondan a los mismos estándares de exigencia, confianza y rigor.



SEGURIDAD ALIMENTARIA

Consum cuenta con una Política de Calidad y Seguridad Alimentaria, y así establece el alcance, los principios y procesos claves para cumplir con uno de los pilares fundamentales de la Cooperativa, los estándares de frescura, calidad, y seguridad alimentaria en sus productos y servicios.



Campo de Benihort, la Cooperativa Agrícola de Benicarló

Durante este ejercicio, Consum ha logrado renovar por cuarto año consecutivo la certificación de AENOR en Seguridad Alimentaria, un aval que garantiza la trazabilidad y la inocuidad de todos los productos, desde su recepción en las plataformas logísticas hasta su llegada a los puntos de venta. Del mismo modo, se ha continuado aplicando el sistema de seguridad alimentaria en las franquicias, cuya correcta implementación se controla mediante auditorías de asesoramiento realizadas conjuntamente por el técnico de seguridad alimentaria y el jefe de zona asignado.

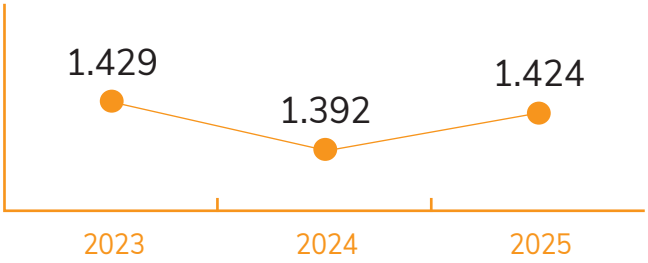
Por otra parte, en enero de 2025, la Dirección General de Salud Pública de la Comunidad Valenciana efectuó la auditoría centralizada del sistema de autocontrol de Consum en los puntos de venta, obteniendo un resultado "conforme" en el informe de seguimiento de no conformidades. Esta certificación, válida durante 30 meses, refuerza el compromiso de la Cooperativa con el cumplimiento de los máximos estándares de calidad y seguridad alimentaria en todos sus establecimientos.

En 2025 se ha renovado la certificación de calidad de servicio ISO 9001:2015 expedida por AENOR. Certifica nuestro sistema de Gestión de la Calidad implantado en cada una de nuestras centrales de productos Frescos, Refrigerados, y Congelados. De esta forma, se consolidan 28 años de compromiso con la calidad desde la implantación en 1997.

La Cooperativa cuenta con Cartas de Servicio certificadas en las plataformas de Alimentación y No Alimentación. Asimismo, la certificación permite estandarizar los procesos de las centrales de Frescos, Refrigerados y Congelados que operan en las tres unidades logísticas.

Se supervisa de manera minuciosa cada fase del control de calidad: desde el punto de venta hasta el producto final, pasando por el etiquetado y toda la cadena de suministro de su marca propia. Estos controles se mantienen activos de forma permanente para garantizar una gestión rigurosa y coherente. En 2025 se han realizado más de 1.424 controles en punto de venta con una satisfacción media de 3,82 sobre 4,00.

CONTROLES EN PUNTO DE VENTA



Las fases del control sobre productos y proveedores son:

1 **CONTROL PREVENTIVO:** tras identificar los posibles peligros en productos frescos y de marca propia, se llevan a cabo análisis, controles y auditorías. Con esta información se diseña un plan de control del que pueden surgir mejoras, cuya ejecución se revisa regularmente mediante análisis continuos.

2 **CONTROL DE CALIDAD:** se verifica que los proveedores cumplen con los estándares de calidad establecidos conjuntamente.

3 **CONTROL COMPARATIVO:** el producto se evalúa frente a las alternativas de la competencia con el fin de detectar posibles mejoras y adaptarlo mejor a los gustos y necesidades de los clientes.

4 **CONTROL REACTIVO:** toda incidencia activa la realización de auditorías y análisis destinados a revisar el proceso afectado y reforzar los mecanismos de control.

CONTROLES SOBRE PRODUCTOS Y CADENA DE SUMINISTRO

	ALIMENTACIÓN Y NO ALIMENTACIÓN		FRESCOS Y REFRIGERADOS	
	Nº DE AUDITORÍAS Y ANÁLISIS	SATISFACCIÓN	Nº DE AUDITORÍAS Y ANÁLISIS	SATISFACCIÓN
CONTROL PREVENTIVO	271	96,2%	2.936	97,6%
CONTROL CALIDAD	167	98,4%	2.119	93,2%
CONTROL COMPARATIVO	228	77,3%	464	82,5%



> CONSUM LLEVA A CABO EXHAUSTIVOS CONTROLES DE CALIDAD A LO LARGO DE LA CADENA DE SUMINISTRO

Con el fin de garantizar la adaptación del surtido a las necesidades de los clientes, se llevan a cabo controles de calidad en todas las fases del ciclo de vida del producto:



8. ELIMINACIÓN, REUTILIZACIÓN Y RECICLAJE:
controles de calidad llevados a cabo por gestores de residuos.

1. DESARROLLO DEL CONCEPTO DE PRODUCTO:
el 100% de los productos analizados para comercializarse con marca propia han cumplido los criterios de calidad.

7. USO Y SERVICIO:
auditorías propias de control de la cadena de frío y seguridad alimentaria en punto de venta con satisfacción del 116% y 118%, respectivamente.

2. I+D:
127 rutas de mejora de calidad definidas con proveedores de marca propia.

6. CONSERVACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y SUMINISTRO:
control de recepción y temperatura en el transporte del 100% de productos.

3. CERTIFICACIÓN:
100% de proveedores de marca propia disponen de BRC, IFS o ISO22000.

5. MARKETING Y PROMOCIÓN:
795 diseños de marca propia elaborados con participación de 6.070 clientes.

4. FABRICACIÓN Y PRODUCCIÓN:
2.731 análisis preventivos de producto con satisfacción del 97,2%.

Para los proveedores responsables de la elaboración de los productos de marca propia, la Cooperativa exige estrictos criterios de seguridad alimentaria. Entre estos requisitos se incluye disponer de certificaciones como IFS, BRC o ISO 22000, siempre emitidas por entidades independientes. En 2025 se ha realizado de nuevo un seguimiento de los certificados Seguridad Alimentaria, superado al 100% por todos los proveedores.

Cuando se detecta una alerta alimentaria, la División de Calidad del Departamento de Calidad y Atención al Cliente pone en marcha de inmediato el protocolo de retirada del producto en el punto de venta. Además, se realiza una revisión exhaustiva del artículo a lo largo de todas las fases de su ciclo de vida y en cada eslabón de la cadena agroalimentaria. Desde la División de Calidad del Departamento de Calidad y Atención al Cliente, ante cualquier alerta alimentaria, activan el protocolo de retirada inmediata del producto en punto de venta, así como una inspección de éste en todas las fases de su ciclo de vida y eslabones de la cadena agroalimentaria.

> “ LA COOPERATIVA EXIGE CRITERIOS ESTRICTOS DE SEGURIDAD ALIMENTARIA PARA LA EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES QUE ELABORAN PRODUCTOS DE MARCA PROPIA



Termómetro para medir la temperatura de los alimentos

COMPRA SALUDABLE Y SOSTENIBLE

En 2025, la Cooperativa dio de alta y/o modificó más de 4.169 referencias con el fin de adaptarlas a los gustos y preferencias de los consumidores. Gracias a estas incorporaciones y ajustes, el surtido global superó las 15.883 referencias, consolidando una oferta amplia y variada que pone en valor las marcas del fabricante y garantiza a socios y clientes una gama de productos completa y diversa.

Como parte de su compromiso con sus socios-clientes, Consum trabaja de forma continua para garantizar la máxima frescura en los productos que ofrece. Por ello, asegura que cada artículo llegue en su punto óptimo de maduración y prioriza siempre los productos de temporada. En esta línea, la Cooperativa mantiene su apuesta por los productos frescos, la venta personalizada y asistida en las secciones de carnicería, charcutería y pescadería, así como por los orígenes reconocidos y el producto de proximidad, incorporando de manera constante nuevas referencias locales de las provincias y regiones en las que está presente.

La marca propia de Consum continúa consolidándose como una opción muy competitiva para los socios-clientes, gracias a una gama que combina una buena relación calidad-precio con avances constantes en innovación, salud y sostenibilidad. En 2025, esta oferta agrupaba 2.404 referencias, equivalentes al 14% del surtido global, bajo las enseñas Consum, Consum Kids, Consum ECO, Kyrey, Kyrey Pharma, Kyrey for Men y Vitality. Todas ellas evolucionan de manera continua, apoyándose en la implicación directa de socios-clientes y trabajadores, que contribuyen a validar y orientar tanto la calidad como el diseño de los productos.

Esa participación se materializó a lo largo del año en 935 test de validación, en los que tomaron parte 10.414 personas. Su valoración permitió examinar y mejorar diferentes aspectos de los artículos analizados, otorgando a la marca propia una nota media de 7,84. Gracias a este proceso de escucha activa y revisión sistemática, se impulsaron mejoras en 115 referencias, reforzando así el compromiso de Consum con una marca propia cada vez más alineada con las expectativas de quienes la consumen.

REFORMULACIÓN SALUDABLE

El creciente interés social por la nutrición y el impacto ambiental de los productos continúa marcando la evolución del consumo responsable. En este contexto, la Cooperativa ha intensificado su trabajo en materia de salud y sostenibilidad dentro de su marca propia, orientando su desarrollo hacia formulaciones más equilibradas y alineadas con las expectativas actuales.

Durante 2025, este compromiso se concretó en la reformulación de 41 referencias de marca Consum, incorporando ingredientes con valores nutricionales mejorados. Estas actuaciones permiten avanzar en una oferta más saludable, reforzando la responsabilidad de la Cooperativa en la mejora continua de su surtido y en la promoción de hábitos de consumo más equilibrados entre los socios-clientes.

Por otro lado, todos los productos Consum informan en el etiquetado de sus valores nutricionales, así como de los posibles alérgenos del producto, para poder prevenir intolerancias alimentarias. Además, la Cooperativa cuenta entre su oferta con productos que excluyen ciertos alérgenos como el gluten, la lactosa o el huevo, para su consumo por parte de personas con necesidades nutricionales específicas.



08

HACIA EL EQUILIBRIO QUE QUEREMOS

consum

Un futuro que se cuida desde hoy.

Un futuro en el que reducir el impacto ambiental forme parte de cada decisión, para proteger los recursos y el entorno que compartimos.



CONCIENCIA AMBIENTAL REAL

En 2025, Consum ha logrado importantes avances en su camino hacia la sostenibilidad. La combinación de energía renovable, eficiencia energética, movilidad sostenible y economía circular está dando resultados concretos, acercando a la Cooperativa cada día a alcanzar sus metas medioambientales.

La Política Ambiental de Consum establece el marco de actuación para la gestión ambiental de la Cooperativa. Ésta se basa en dos ejes principales: la mejora continua y la sensibilización de los grupos de interés; y se dirige hacia dos grandes objetivos: alcanzar la neutralidad climática y avanzar hacia la circularidad de los recursos. Para ello, la Cooperativa asume los siguientes compromisos:

- **Cumplir estrictamente con la normativa vigente y los acuerdos voluntarios para la protección del medioambiente.**
- **Establecer objetivos ambiciosos e impulsar soluciones innovadoras y tecnologías sostenibles.**
- **Gestionar el impacto ambiental a lo largo de toda la cadena de valor para minimizar la huella ecológica de los productos.**
- **Fomentar alianzas con entidades especializadas en la preservación del entorno natural.**
- **Aplicar herramientas de medición e información verificadas externamente, como la huella de carbono.**
- **Promover la sensibilización ambiental entre los grupos de interés y consolidar una cultura sostenible dentro de la organización.**
- **Impulsar la gestión responsable entre los proveedores de la cadena de valor.**



Placas solares en la plataforma de Las Torres de Cotillas (Murcia)

DESCARBONIZACIÓN

La Cooperativa ha ido configurando durante el año 2025 un Plan de transición climática, recopilando todas las actuaciones que se están llevando a cabo por parte de los diferentes departamentos. Este plan es la hoja de ruta de la Cooperativa para conseguir la descarbonización de su actividad, y recoge los objetivos, políticas y actuaciones necesarias para su consecución.



Las metas que la Cooperativa ha establecido se han definido sobre los objetivos basados en la ciencia, utilizando la herramienta de la Science Based Targets Initiative. Esta herramienta establece la senda de descarbonización hasta 2030 que va en línea con la limitación del calentamiento global a 1,5ºC, en consonancia con el Acuerdo de París. Consum está oficialmente adherido a esta iniciativa desde 2023, año en el que obtuvo la validación de sus primeros objetivos basados en la ciencia.

Los objetivos actuales de Consum para 2030 alineados con la SBTi son:

- 42% DE EMISIONES ABSOLUTAS DE ALCANCE 1.
- 100% ENERGÍA RENOVABLE PARA EL ALCANCE 2.
- 51,6% DE INTENSIDAD DE EMISIONES DE ALCANCE 3.

Las actuaciones de mitigación se han agrupado en 4 palancas de descarbonización orientadas a la gestión de estas emisiones.

> LA COOPERATIVA HA CONFIGURADO UN PLAN DE TRANSICIÓN CLIMÁTICA QUE SERÁ LA HOJA DE RUTA PARA CONSEGUIR LA DESCARBONIZACIÓN DE SU ACTIVIDAD

TIENDAS Y PLATAFORMAS CON CERO EMISIONES NETAS

Consum ha continuado su proyecto de red de tiendas y plataformas neutras, una iniciativa pionera en el sector de la distribución alimentaria que tiene como objetivo reducir y compensar las emisiones de sus establecimientos. Para ello, la Cooperativa ha puesto en marcha una serie de actuaciones que contribuyen a la reducción de emisiones de sus activos, como la implantación de refrigerantes menos contaminantes o la instalación de equipos que reducen el consumo energético de sus instalaciones. Entre las principales medidas destacan:

AUTÓMATA Y TELEMEDIDA: automatización de todos los aparatos electrónicos de los supermercados (ascensores, hornos, antenas antihurto, etc.) para adecuarlos a sus necesidades reales, controlándolos a distancia en todo momento, para así conseguir reducciones de hasta un 15% de energía.

ILUMINACIÓN CON TECNOLOGÍA LED DE ALTA EFICIENCIA: los leds implantados en todas las tiendas de la Cooperativa generan un ahorro del 60% de la energía respecto a los equipos convencionales. Durante el ejercicio 2025 se han instalado equipos de iluminación LED en 39 tiendas de la red comercial.

MOBILIARIO FRIGORÍFICO EFICIENTE: el mobiliario frigorífico con puertas de cristal permite conseguir un ahorro del 50% de la energía frente a un equipo abierto, y de un 15% del global de un supermercado.

GRUPOS ELECTRÓGENOS CON BIOCOMBUSTIBLES: durante el ejercicio 2025 se ha testado el uso de combustible HVO (Hydrotreated Vegetable Oil) en los grupos electrógenos. Este combustible renovable permite reducir hasta un 90% las emisiones de CO_2, así como otros compuestos contaminantes generados en la combustión.

REFRIGERACIÓN CON SISTEMAS CO_2 TRANSCRÍTICO (R744): en 2025 se han instalado 31 nuevas centrales de CO_2, una tecnología con un potencial de calentamiento atmosférico (PCA) prácticamente nulo y muy alineada con los objetivos de descarbonización directa de la Cooperativa. Este modelo reduce más del 99% del impacto climático asociado a fugas frente a las centrales tradicionales basadas en refrigerantes de alto PCA como el R448A. También se estudia la regeneración de gases en instalaciones antiguas para mejorar su mantenimiento.

SISTEMAS DE DETECCIÓN TEMPRANA DE FUGAS: está prevista la prueba de un nuevo sistema de alerta ante posibles incidencias, y obtener una detección temprana de las fugas de gases refrigerantes.

PLAN RENOVE DE CLIMATIZACIÓN: se han seguido mejorando los sistemas de climatización de las tiendas, logrando ahorros en el consumo de energía y el aumento del confort en las tiendas. En 2025 se han realizado mejoras en 74 tiendas. Además, se está testando la climatización de las tiendas con unidades rooftop que funcionan con un refrigerante de bajo PCA, el R454B. En comparación con los refrigerantes habituales en el sector de la climatización, como el R410A, este refrigerante tiene un 75% menos de PCA, una tecnología más limpia y eficiente. También se implantan otros sistemas como bombas de calor aire-agua con R32, gas con menor PCA al comúnmente utilizado.



Respecto a las plataformas, las más avanzadas ya cuentan con las tecnologías más eficientes y sostenibles, generando así unas emisiones muy bajas de CO_2. En materia de iluminación, disponen de leds de bajo consumo, lucernarios en la cubierta para aprovechar la luz natural, así como sensores de presencia y reguladores de apagado automático. Respecto a sus sistemas de refrigeración, disponen de sistemas de amoniaco bombeado, variadores de frecuencia para los compresores y mecanismos de condensación flotante, que consiguen reducciones importantes en su huella de carbono y su consumo de energía.

En 2025 Consum certificó con 3 plataformas logísticas neutras en CO_2 (en Las Torres de Cotillas en la Región de Murcia y Silla en Valencia y Zona Franca en Barcelona) y ha ampliado a 120 sus tiendas neutras. Estas instalaciones tienen un balance 0 de las emisiones de CO_2, ya que se reducen al mínimo viable las emisiones y el pequeño remanente se compensa a través de créditos de carbono que provienen de un proyecto de reforestación ubicado en Viveros Yangua II, en Huérteles (Soria). Tanto la huella de carbono, como la compensación de ésta, han sido verificadas por AENOR.



ENERGÍA RENOVABLE

El uso de energía renovable disminuye considerablemente las emisiones de carbono. La Cooperativa ha formalizado en los últimos años acuerdos contractuales con comercializadoras eléctricas para el suministro a largo plazo de energía renovable, y ha invertido en la instalación de placas fotovoltaicas en aquellos centros en los que era posible su implantación.

ACUERDOS DE COMPRA DE ENERGÍA VERDE: la Cooperativa tiene contratos de compraventa de energía renovable a largo plazo (PPA) con Endesa y Alcanzia que garantizan que más del 98% de su consumo eléctrico proviene de fuentes renovables. El objetivo es llegar al 100%.

AUTOCONSUMO: se sigue ampliando la instalación de placas solares en supermercados y plataformas logísticas, además de estudiar el uso de baterías para almacenar la energía generada. En julio de 2025 arrancó la instalación fotovoltaica de la Plataforma de Zona Franca (1.500 kw), consiguiendo un ahorro del consumo energético de alrededor del 18%.



Placas solares del Consum de Moncofa

TRANSPORTE Y MOVILIDAD SOSTENIBLE

Las actuaciones englobadas en esta palanca son todas aquellas relacionadas con la descarbonización del transporte en Consum. Esto engloba tanto la movilidad con vehículos de empresa de los trabajadores, como el transporte de mercancías.

FLOTA DE VEHÍCULOS DE RENTING: se está sustituyendo progresivamente la flota de vehículos de renting diésel y gasolina por vehículos eléctricos, de forma que se pueda llegar a 2030 con el 100% de la red eléctrica.

PLAN DE MOVILIDAD SOSTENIBLE: en 2025 se implantó el primer Plan de Movilidad en las plataformas de Zona Franca y El Prat de Llobregat. Se está trabajando en el desarrollo de un plan de movilidad para la Sede y resto de plataformas logísticas que fomente formas de transporte más sostenibles dentro de la empresa.

BIOCOMBUSTIBLES: se está suministrando HVO a camiones de la flota de transporte capilar y TEO/Nodriza, un biocombustible con menos emisiones respecto a los combustibles tradicionales.





> CONSUM APUESTA POR LA DESCARBONIZACIÓN DEL TRANSPORTE CON ACTUACIONES TANTO EN MOVILIDAD CON VEHÍCULOS DE EMPRESA DE LOS TRABAJADORES, COMO EN TRANSPORTE DE MERCANCÍAS

Cargador de vehículo eléctrico del Consum de Mocofa

LEAN & GREEN: tras obtener la tercera estrella del programa de reducción de emisiones logísticas, Consum aspira a la cuarta estrella, reduciendo un 55% las emisiones de CO_2 en la actividad logística antes del 2030.

CARGADORES DE VEHÍCULOS ELÉCTRICOS: durante el ejercicio 2025 se han seguido instalando puntos de recarga para vehículos eléctricos de acceso público de carga rápida y súper rápida.

Entre los proyectos de eficiencia logística más destacados de Consum está la implantación en Benidorm de un sistema de distribución urbana libre de emisiones y ruidos para abastecer sus supermercados. El proyecto comenzó en 2023, y se basa en la distribución exclusiva a este municipio con camiones 100% eléctricos operados desde el centro logístico de Finestrat, que permiten reducir 642 toneladas de CO_2 al año.

La flota de vehículos subcontratada para el transporte capilar en 2025 estaba compuesta por 649 camiones, de los cuales 602 funcionan con motores EURO 6 de última generación, 7 con motores de gas natural y 15 eléctricos. La incorporación de vehículos de bajas emisiones, sumada a la optimización de las rutas de distribución gracias a la herramienta TMS Routing Maps, permiten optimizar los kilómetros recorridos.



Camión 100% eléctrico


CHARCUTERÍA | XARCUTERIA
SALIDA DE EMERGENCIA
consum

MITIGACIÓN DE LAS EMISIONES DE LA CADENA DE VALOR

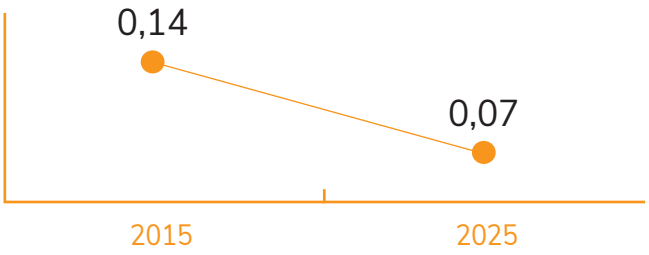
La mayor parte de las emisiones de efecto invernadero se concentran en la cadena de valor de Consum. La problemática reside en la complejidad de gestionar estas emisiones, dada la falta de información y control. Sin embargo, la Cooperativa se propone reducir estas emisiones llevando a cabo una serie de actuaciones de colaboración junto a sus proveedores y franquicias. En 2026 se ha creado una División de Tecnología y Sostenibilidad de Productos, dentro del Departamento de Calidad y Atención al Cliente, con los objetivos de analizar y reducir el impacto ambiental asociado a los productos de la marca propia.

Respecto a la evolución de los principales indicadores de descarbonización, la ratio de Kwh de energía consumidos por euro de importe neto de cifra de negocio en 2025 ha sido de 0,07. Consum es ahora un 50% más eficiente energéticamente de lo que era hace 10 años.



INTENSIDAD ENERGÉTICA

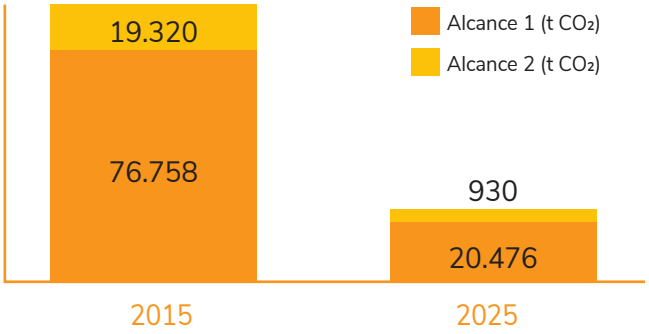
Kwh/€ INCN



En relación con la huella de carbono alcance 1 y 2 de la Cooperativa, ésta se ha incrementado un 16% respecto a 2024 debido a un mayor consumo de combustible derivado del apagón del pasado abril, el aumento de la flota de vehículos de renting y las fugas de gases refrigerantes en determinadas instalaciones que todavía no han sido reformadas. En cualquier caso, la Cooperativa ha reducido las emisiones directas un 78% y la intensidad de emisiones directas un 90% respecto a hace una década.

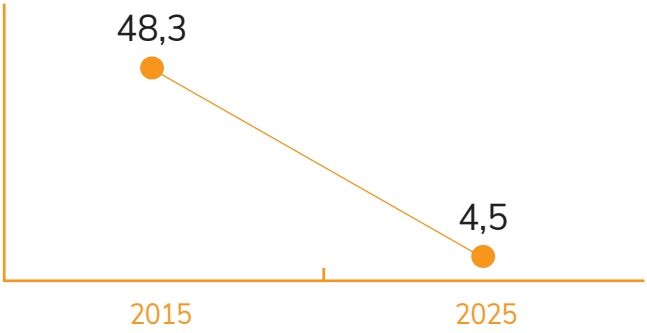
HUELLA DE CARBONO

t CO_2



INTENSIDAD DE EMISIONES

t CO_2e/M€ INCN



ECONOMÍA CIRCULAR DE LOS RECURSOS

El segundo objetivo de la Política Ambiental de la Cooperativa, tras la descarbonización, es la economía circular. Se impulsan tanto acciones ecoeficiencia para la reducción en el consumo de materiales o su sustitución por otros más sostenibles; como acciones de valorización al final de la vida útil, orientadas a asegurar la recogida selectiva y posterior tratamiento de todos los residuos generados.

PLAN DE REDUCCIÓN DE MATERIALES Y ENVASES

Consum sigue apostando por la economía circular en sus procesos operativos, asegurando que la gestión de recursos sea más eficiente y sostenible. Entre las medidas más destacadas está la elaboración de las bolsas de plástico porta-compra con 100% plástico reciclado en toda su red comercial. Con esta iniciativa de economía circular, la Cooperativa recicla más de 2.000 toneladas de residuos plásticos al año. Las nuevas bolsas están hechas de un único material reciclado, con tintas al agua, hecho que las hace más sostenibles y fácilmente reciclables. Las bolsas incluyen plásticos recuperados de los propios embalajes logísticos que se reciclan para convertirse en nuevas bolsas, cerrando así el círculo:



Además, se mantiene el sistema de economía circular para la recogida, tratamiento y reciclaje también de las bolsas de plástico de la tienda online, que se recogen en el domicilio de los clientes cuando reciben un nuevo pedido. Se realiza sin limitación de unidades y sin distinción de procedencia, es decir, se recogen bolsas de plástico de cualquier origen, siempre que reúnan unas condiciones mínimas de higiene. Con este servicio para los clientes, la Cooperativa recupera más de 2.600 kilos de plástico al año.

No solo se previene el uso de materiales en los envases de productos, sino también en el propio mobiliario de las tiendas. Otra iniciativa destacada es el proyecto que transforma el Poliestireno Expandido (EPS), conocido popularmente como porexpán, procedente de los residuos recuperados de Consum, para convertirlo en muebles de la sección de horno. Se inició durante 2023 y se irá implantando progresivamente en toda la red. La medida, pionera en el sector del retail, muestra el compromiso de la Cooperativa con la sostenibilidad y cuenta hoy con una implantación de 70% de la red comercial.

Como principales novedades, a finales de diciembre de 2025 comenzaron a emitirse las tarjetas de fidelización con plástico 100% reciclado. Este año han instalado además 22 fuentes de agua en las oficinas de Silla, El Prat y Torres de Cotillas, reduciendo el consumo de botellas de agua y en consecuencia el consumo de plástico. Durante el ejercicio también se han llevado a cabo diferentes acciones de digitalización orientadas a la eficiencia y al ahorro de materiales:

HOJA DE CAJAS: permite evitar más de 1,6 millones de folios al año.

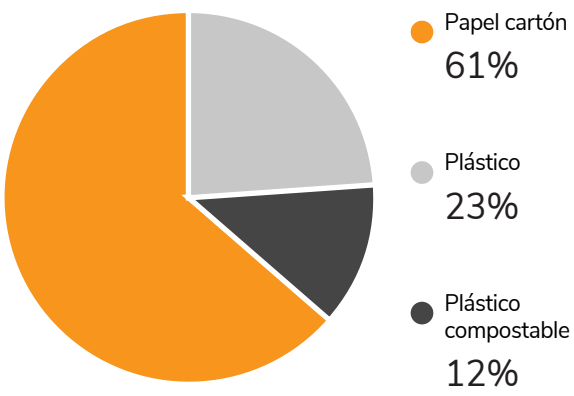
FORMULARIO Y BUZONES FÍSICOS DE MEJORA CONTINUA: a partir de ahora se introducen los datos en la App Gente Consum.

CARTA DE PORTE DEL TRANSPORTE CAPILAR: la Cooperativa se adelanta a la normativa de movilidad sostenible implantando ya en 2025 la carta de porte digital en todas las Unidades Logísticas. Con esta medida se elimina la impresión de las cartas de porte, hojas de ruta y albaranes.

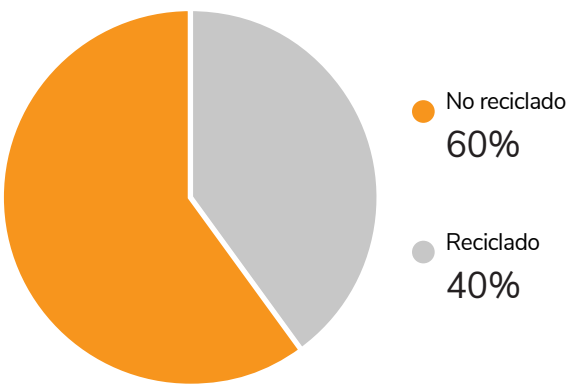
Consum trabaja junto a los proveedores para que todos los envases de rediseños y lanzamientos de productos se aborden aplicando las medidas y criterios de ecodiseño que permitan seguir avanzando en la reciclabilidad de estos. Con relación al consumo de envases de la Cooperativa, recogido en su declaración anual de envases de 2025, se han registrado un total de 6.356,65 toneladas. Los principales materiales consumidos para el envasado son el papel cartón y el plástico.



TIPO DE MATERIALES



MATERIALES RECICLADOS




854
consum
COOPERATIVA
173

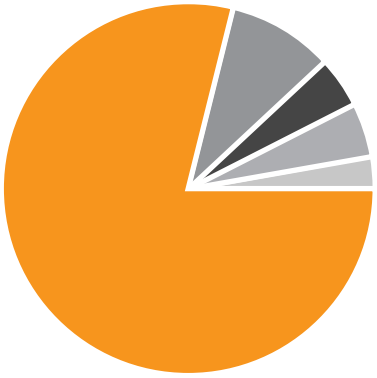
RESIDUO CERO

Consum gestiona sus residuos de acuerdo con los principios de la economía circular, priorizando su recogida selectiva y su posterior valorización. Los residuos de envases comerciales generados en tiendas, plataformas y oficinas están compuestos principalmente de cartón, plástico y madera. A través de un sistema de logística inversa, estos residuos son transportados de vuelta a centros de acopio, donde se clasifican y almacenan para ser posteriormente tratados por gestores autorizados.

En 2025 Consum ha renovado su certificación Residuo Cero de AENOR en todas las plataformas logísticas y en la sede central, consolidando así su compromiso con la reducción de residuos y la optimización de recursos. Cada año, la Cooperativa verifica la valorización de sus residuos, garantizando la trazabilidad y el tratamiento adecuado de los mismos.

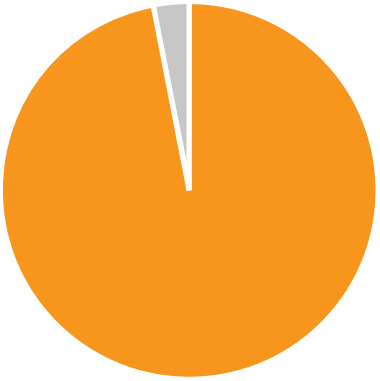
En colaboración con Ecopilas, en las tiendas hay contenedores a disposición de los clientes para promover la recuperación de pilas. En 2025 se han podido recuperar 98 toneladas de pilas, que se enviaron a plantas de tratamiento especializadas para su adecuado tratamiento.

TIPO DE RESIDUO



- Cartón 84%
- Plástico 7%
- Orgánico 3%
- CSR 4%
- Residuos peligrosos 1%

RESIDUOS VALORIZADOS



- Residuos valorizados 98,7%
- Residuos eliminados 1,3%



Cartón de logística inversa


ASCENSOR
ESCALA
ACCÉS SUPERMERCAT | ACCESO SUPERMERCADO
Programa Profit
Programa Profit

09

HACIA EL COMPROMISO QUE QUEREMOS

consum

Un futuro que va más allá de nuestras tiendas.

Un futuro en el que el compromiso social se traduzca en acciones concretas, contribuyendo al bienestar de las comunidades de las que formamos parte.



CONSUMO RESPONSABLE

Como Cooperativa de consumidores y usuarios, Consum tiene incluido en su objeto social la educación, la formación y la promoción de los derechos de sus socios consumidores y de la ciudadanía en general, como parte de su misión.

Dentro del Programa de Vida Saludable y Sostenible se desarrollan diferentes acciones formativas e informativas orientadas a promover una alimentación y un consumo más responsable, especialmente entre los jóvenes.

Las principales líneas de actuación dentro del programa dirigidas a escolares y usuarios son la plataforma educativa Team Consum, el Concurso del Día Mundial del Consumidor, el Programa PAIDO y los Talleres Hospitalarios para pacientes de salud mental del Parc Sanitari Sant Joan de Déu.

PLATAFORMA EDUCATIVA TEAM CONSUM

En este portal educativo, la Cooperativa pone a disposición de docentes propuestas educativas para fomentar en las aulas un aprendizaje significativo en temáticas como consumo responsable, sostenibilidad ambiental y social. El portal facilita al docente el acceso a multitud de situaciones de aprendizaje, juegos y concursos dirigidos a escolares desde 4 a 18 años y usuarios de centros ocupacionales.

A lo largo de 2025 se han reorganizado los contenidos del portal para dar una mayor visibilidad a los recursos disponibles para docentes, que abarcan temáticas de interés para el alumnado, como, por ejemplo, desperdicio alimentario, gestión emocional, ciberseguridad, igualdad de género y sensibilización ambiental.

CONCURSO DE VIDEOS DEL DÍA MUNDIAL DEL CONSUMIDOR

Este recurso educativo dirigido a escolares de primaria, secundaria, bachillerato, formación profesional, educación especial, así como a usuarios de centros ocupacionales de todas las regiones donde Consum lleva a cabo su actividad, se incorpora en las aulas como situación de aprendizaje, a través de la cual se promueve el pensamiento crítico, el trabajo cooperativo y la resolución de problemas reales del día a día del alumnado de manera vivencial.

Más de 100.000 alumnos han participado en esta iniciativa a lo largo de sus sucesivas ediciones, pudiendo presentar su trabajo en cualquiera de las lenguas oficiales. La modalidad del concurso ha ido evolucionando con las nuevas formas de aprender, pasando de carteles a cuentos y, desde hace seis ediciones al formato vídeo.

'Pequeñas acciones' es el reto a través del cual se propone a los más jóvenes reflexionar cada año sobre un objetivo de desarrollo sostenible. Con el acompañamiento de sus docentes, el alumnado elige una acción relacionada con ese objetivo y que ya está llevando a cabo en el aula, el centro o la comunidad, con el propósito de plasmarla en un video inspirador que impulse a otros centros escolares y a ponerlas en marcha también. El concurso persigue que el alumnado y usuarios aprendan sobre sostenibilidad y comunicación y desarrollen habilidades como el trabajo en equipo, el sentido crítico, la responsabilidad compartida de las causas sociales y ambientales y la creatividad. El concurso cuenta con el apoyo de Acción Contra el Hambre, Florida Universitaria y de las consejerías autonómicas en materia de consumo, educación, salud, acción social y Agenda 2030, los cuales forman parte del jurado.

En la sexta edición del concurso de videos "Pequeñas acciones por una alimentación sostenible", el objetivo era promover una alimentación sana, sostenible y contraria al desperdicio alimentario, en línea con el ODS 2 'Hambre Cero'. La participación fue de 2.027 escolares de 114 centros educativos, que presentaron un total de 151 trabajos al concurso.

El acto de entrega de premios se realizó en formato online, presentado por el coach de talento Fernando Botella y contó con una participación de más de 850 escolares. Se concedieron 5 premios por valor de 1.000 euros cada uno a los trabajos ganadores, pasando a formar parte de la biblioteca audiovisual de la Cooperativa. Además, con el objetivo de que los centros se impliquen en iniciativas sociales, Consum donó 5.000 euros y 10 euros por cada trabajo presentado a Acción Contra el Hambre.

Ganadores 6º concurso de vídeos



LA PARTICIPACIÓN FUE DE 2.027 ESCOLARES DE 114 CENTROS EDUCATIVOS, QUE PRESENTARON UN TOTAL DE 151 TRABAJOS AL CONCURSO

PROGRAMA DE ATENCIÓN INTEGRAL DE LA OBESIDAD INFANTIL (PAIDO)

Consum mantiene su compromiso con el Programa de Atención Integral de la Obesidad Infantil (PAIDO) de la Unidad contra la Obesidad y el Riesgo Cardiovascular en Niños y Adolescentes del Hospital General Universitario de València.

A través de talleres prácticos conducidos por una nutricionista se promueve la alimentación saludable y equilibrada a las familias, con el objetivo de prevenir el sobrepeso y la obesidad en menores, para que adquieran las habilidades necesarias para comer de forma más sana y variada.

El programa, que involucra a equipos de pediatría, enfermería, nutrición y actividad física, así como a las familias y los pacientes, tiene un enfoque multidisciplinar, donde Consum aporta los productos necesarios para realizar talleres de cocina para preparar menús fáciles y equilibrados. En 2025 se realizaron 6 talleres PAIDO en los que participaron 88 jóvenes junto a sus familias.



Participantes en talleres PAIDO

TALLERES HOSPITALARIOS CON EL PARC SANITARI DE SANT JOAN DE DÉU

El compromiso de Consum con la alimentación saludable y el bienestar emocional han impulsado un proyecto colaborativo con Sant Joan de Déu para promover la salud mental a través de la alimentación. En este contexto, durante el 2025 se publicó el monográfico ‘Comer bien para sentirse mejor’ publicada en SOM Salud Mental 360º, la plataforma digital impulsada por la entidad, reconocida como web médica acreditada, que ofrece información rigurosa sobre salud mental.

Consum y Sant Joan de Déu también han colaborado en la organización de talleres terapéuticos diseñados para usuarios de salud mental atendidos en el Parc Sanitari, en los que ofrecieron pautas de alimentación saludable y se cocinaron recetas sencillas que pueden hacer en casa con adaptaciones metodológicas para cualquier colectivo. Este 2025 se ha celebrado el primer ciclo de talleres con 3 sesiones, en las cuales han participado 36 personas y se prevé dar continuidad a la iniciativa el próximo año.



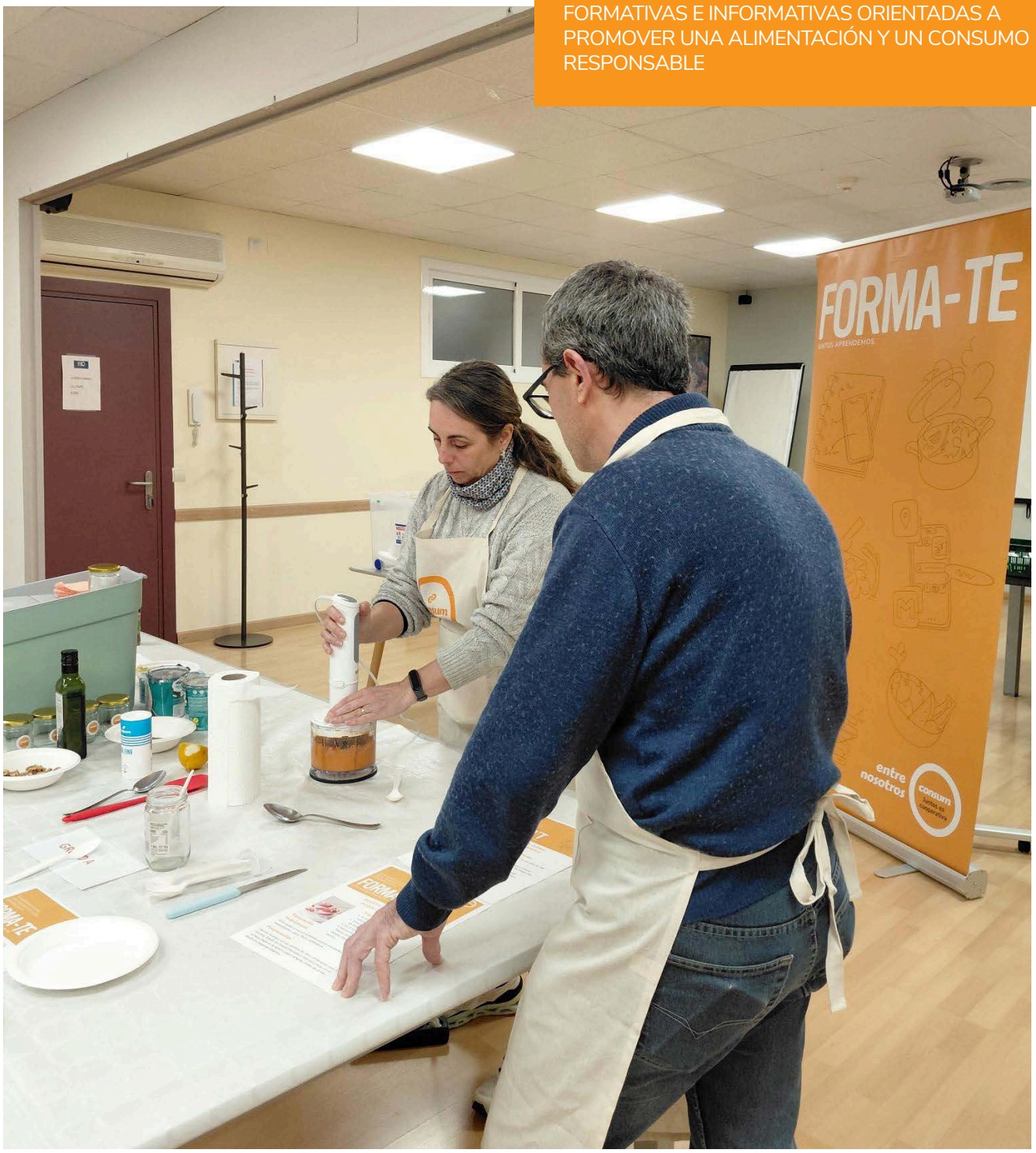
Talleres hospitalarios con Sant Joan de Déu

TALLERES “FORMA-TE”

Durante el ejercicio 2025, Consum ha ofrecido sesiones formativas en formato de taller práctico dirigidas a sus socios consumidores en Alicante, Albacete y Reus. Este innovador formato, iniciado el año anterior, ha continuado abordando temáticas de notable interés por el consumidor adulto, como son la alimentación sana y sostenible, la alfabetización digital y ciberseguridad, dirigidos por expertos en la materia.

A lo largo de diez sesiones, un total de 154 personas han formado parte de esta experiencia, sumergiéndose en un aprendizaje práctico y enriquecedor.

> “EN EL PROGRAMA DE VIDA SALUDABLE Y SOSTENIBLE SE DESARROLLAN ACCIONES FORMATIVAS E INFORMATIVAS ORIENTADAS A PROMOVER UNA ALIMENTACIÓN Y UN CONSUMO RESPONSABLE



Integrantes de los talleres FORMA-TE

IMPLICACIÓN Y SOLIDARIDAD

Como empresa comprometida con su entorno social y las comunidades locales en las que desarrolla su actividad, Consum lleva a cabo, a través de su Programa Solidario, diversas iniciativas para impulsar su desarrollo sostenible, ayudar a poner fin al hambre, promover la salud y el bienestar y garantizar el acceso de todas las personas a una alimentación sana, nutritiva y suficiente, en línea con el ODS 2 Hambre Cero y el ODS 3 Salud y Bienestar.

Dentro del Programa Solidario se incluyen tres líneas de colaboración: el Programa Profit de donación de alimentos, el programa de Ventas Sociales y las colaboraciones de Acción Social llevadas a cabo con diferentes entidades.

SOLIDARIDAD EN MEMORIA DE LOS AFECTADOS POR LA DANA

Consum ha colaborado durante 2025 con la Universitat de València en el proyecto ANDANA, una iniciativa que estudia cómo vivimos y afrontamos las catástrofes en tiempos de cambio climático, a partir del caso de la DANA de Valencia.

A través de un equipo multidisciplinar, el propósito es contribuir a una mejor gobernanza climática, más inclusiva, justa y sostenible, trabajando con las comunidades locales, las administraciones y el tejido social con el fin de contribuir a que a todas las personas implicadas puedan tener voz y generar herramientas colaborativas que ayudan a gestionar emergencias y adaptarnos al futuro climático.

Entre sus muchas acciones, se ha llevado a cabo el proyecto 'Salvem les Fotos', un proyecto de recuperación, conservación y restitución de fotografías familiares dañadas por la DANA que afectó a la Comunitat Valenciana en octubre de 2024. Este proyecto es un testimonio del poder de la comunidad, del papel del cuidado en la preservación cultural y del profundo vínculo entre memoria, imagen e identidad, que revela, no solo la fragilidad de la memoria, sino también su asombrosa capacidad de resistencia.



Cartel del proyecto ANDANA

PROGRAMA PROFIT

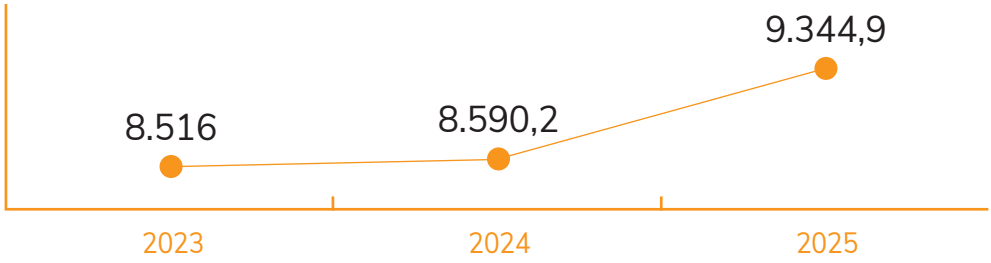
Programa Profit

El compromiso y la responsabilidad de Consum contra el desperdicio alimentario se materializa en el Programa Profit de gestión responsable de los alimentos. Esta iniciativa, que nació hace más de 14 años con el objetivo de prevenir el desperdicio y de ayudar a dar respuesta a una necesidad social en su entorno cercano, se basa en la implicación y el trabajo conjunto entre la Cooperativa y las entidades sociales colaboradoras (ONGs, bancos de alimentos y comedores sociales).

El programa recupera todos aquellos productos que se retiran de la venta por criterios comerciales y que cumplen con todos los requisitos de seguridad alimentaria para donarlos a las personas que más lo necesitan, a través de las entidades sociales colaboradoras. Los productos donados provienen de todas las secciones de alimentación y de frescos, carnicería, charcutería, frutas, verduras, alimentación dulce, lácteos y horno. El programa está implantado en el 100% de la red comercial propia, de forma que se donan productos desde todos los supermercados, plataformas y escuelas de frescos.

En el año 2025 se han donado 9.344,9 toneladas de productos por valor de 32,7 millones de euros. Este compromiso de la Cooperativa es posible gracias a la labor de los más de 1.450 voluntarios de las entidades sociales que colaboran con Consum. Se estima que el programa permite ayudar a más de 93.000 personas. Además, el Programa Profit también genera un impacto medioambiental positivo, ya que se ha evitado la emisión de 3.373,7 toneladas de CO_2 a la atmósfera.

PRODUCTOS DONADOS EN PROGRAMA PROFIT (t)





Voluntarios del Banco de Alimentos de Lleida durante la recogida en el Consum de la ciudad

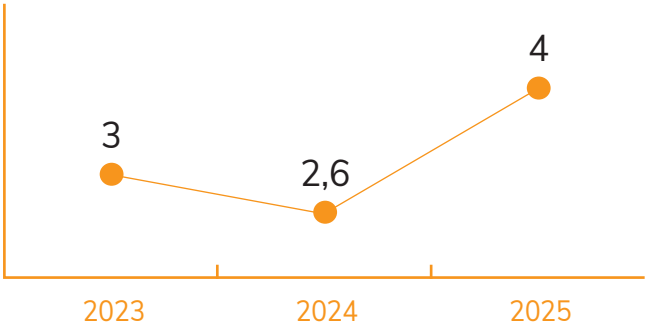
VENTAS SOCIALES

Dentro del Programa Solidario de Consum, la Cooperativa también pone a disposición de administraciones públicas y entidades su línea de ventas sociales, ideada como solución para que éstas puedan transformar sus ayudas sociales en vales o tarjetas monedero, que puedan canjearse fácilmente por productos en los supermercados de Consum. Entre otras ventajas, permite a las entidades adaptarse a sus necesidades y recibir información sobre las compras realizadas.

Los vales y tarjetas permiten que cada beneficiario pueda elegir aquellos productos que se adapten a sus necesidades nutricionales o las de su familia. Además, su uso es sencillo y discreto, pues se canjean en caja como el resto de vales o tarjetas de Consum, velando por la intimidad de los usuarios. En 2025 se han realizado ventas sociales por valor aproximado de 4 millones de euros, lo que supone un incremento del 53% sobre el año anterior. En esta cifra se incluyen también las ventas realizadas a los economatos sociales.

VENTAS SOCIALES

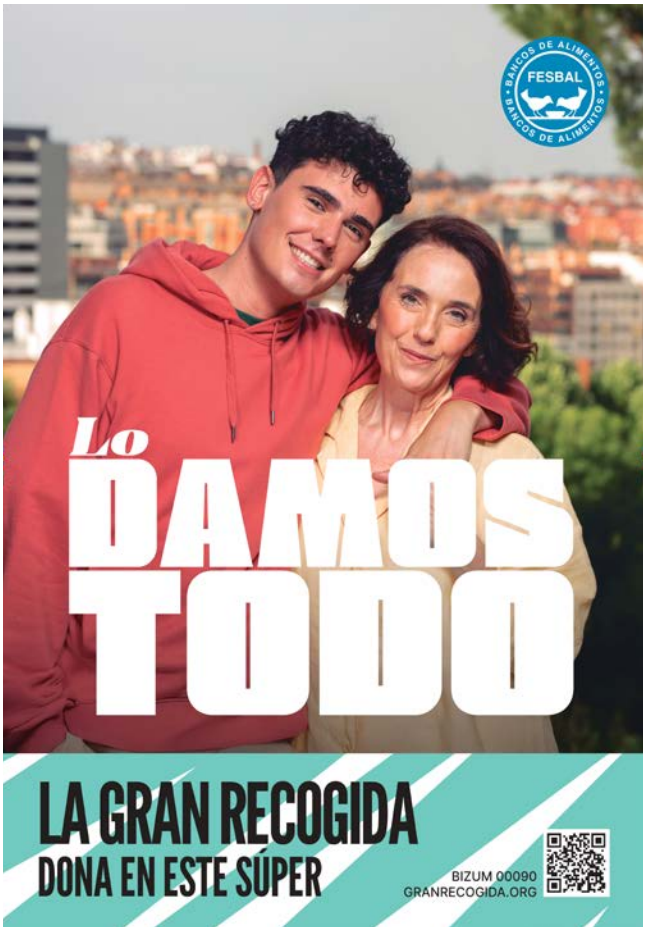
en millones de €



GRAN RECOGIDA 2025

La Gran Recogida es la mayor campaña solidaria a nivel nacional a favor de los Bancos de Alimentos, coordinada por la Federación de Bancos de Alimentos de España (FESBAL). La Cooperativa colabora en la campaña desde hace más de 11 años en todos sus supermercados propios. La nueva edición de 2025 tuvo lugar del 7 al 13 de noviembre. Gracias a las aportaciones de los socios y clientes en la línea de cajas se recaudaron 318.573€.

El 100% de las donaciones de los clientes, recaudadas durante la campaña, se convierten en vales de compra que se han distribuido entre los diferentes Bancos de Alimentos provinciales, quienes los entregan a las entidades y personas que más lo necesitan. Esta modalidad permite a las familias adquirir los productos de primera necesidad que requieran, de manera individualizada, pudiendo seleccionarlos ellas mismas en los establecimientos y, además, se reduce el impacto ambiental del transporte de los productos.



> CONSUM A TRAVÉS DE SU PROGRAMA SOLIDARIO SE COMPROMETE CON SU ENTORNO SOCIAL Y LAS COMUNIDADES LOCALES EN LAS QUE DESARROLLA SU ACTIVIDAD



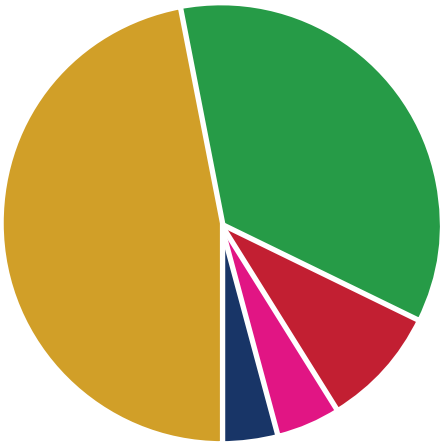
Entrega de los productos donados a los voluntarios del Banco de Alimentos de Lleida

ACCIÓN SOCIAL Y PATROCINIOS

La Política de Donaciones y Patrocinios de Consum tiene como objetivo apoyar proyectos sociales que tienen un impacto positivo en su entono. En 2025, se han llevado a cabo 1.187 colaboraciones de acción social, con una inversión social de 223.929€, cuyo impacto se estima ha alcanzado a más de 168.000 personas.

El 67% de las ayudas se ha realizado a través de donaciones de alimentos y productos, tanto en especie como en vales de compra. El resto de las aportaciones, contemplan donaciones económicas a iniciativas de entidades sociales a las que apoya Consum. Los principales Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a los que se ha contribuido este ejercicio son el ODS 2 Hambre Cero y el ODS 3 Salud y Bienestar, que suponen un tercio y un cuarto respectivamente de la ayuda cada uno.

INVERSIÓN EN ACCIÓN SOCIAL POR ODS





Hambre cero
48%



Salud y bienestar
36%



Educación de calidad
9%



Reducción de las desigualdades
4%



Alianzas para alcanzar los objetivos
3%



Firma del convenio de colaboración de Consum con AECC Tarragona

Como cooperativa implicada con las comunidades locales en las que está presente, Consum también patrocina actividades con interés social, cultural o gastronómico. El total de donaciones y patrocinios llevados a cabo en 2025 ha ascendido hasta los 431.529€.

Entre las principales colaboraciones del ejercicio destacan las siguientes:



ODS 1 – JUGUETES SOLIDARIOS. Desde hace 9 años por iniciativa del Comité Social, los trabajadores de Consum han colaborado un año más para dar una segunda vida a cerca de 5.227 juguetes, que se han entregado a diversas asociaciones de Valencia, Cataluña y la Región de Murcia para que lleguen a las familias que más lo necesitan. Desde el inicio de la iniciativa se han donado ya más de 24.900 juguetes. Esta iniciativa solidaria y ecológica recoge juguetes nuevos o usados que estén en buen estado, no bélicos y que no necesiten pilas para funcionar, así como material escolar.



ODS 3 – LA MARATÓ DE TV3 CONTRA EL CÁNCER. Consum se ha sumado por primera vez a La Marató de TV3 en 2025, la causa solidaria de mayor repercusión en Cataluña. La Fundación ha celebrado la 34ª edición de esta iniciativa, que sensibiliza y moviliza a toda la ciudadanía, en este caso recaudando aportaciones económicas para la investigación contra el cáncer.



ODS 3 – AYUDAS A LAS FAMILIAS QUE LUCHAN CONTRA EL CÁNCER INFANTIL. Consum ha colaborado un año más con la Asociación ASPANION para apoyar a las familias afectadas por el cáncer infantil. La entidad ofrece ayudas a nivel psicológico, social y económico a las familias afectadas por esta enfermedad. Gracias a su contribución, Consum ha sido reconocida por la entidad como 'Empresa Estrella'.



ODS 4 – APOYO A NIÑOS Y NIÑAS VULNERABLES CON NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES. **Asociación Nuevo Futuro:** A través de centros de acogida gestionados por la entidad en Almería, Región de Murcia y Valencia, Consum contribuye con su aportación a garantizar los derechos básicos y la autonomía de niños y jóvenes en acogimiento residencial.

Fundació Pere Tarrés: Consum apoya el proyecto 'Actúa per la salut mental' de la Fundación, cuyo objetivo es detectar y mejorar las situaciones de salud mental en niños y jóvenes de Cataluña, en diferentes etapas educativas que se encuentran en situación vulnerable.



ODS 4 – LLEGIR EN VALENCIÀ. Consum colabora un año más en la campaña "Llegir en valencià" de la Fundación Bromera, que desde hace 19 años fomenta la lectura, la cultura y las tradiciones valencianas. Cada año se edita una colección de libros con características técnicas que facilitan la comprensión lectora, con una temática que cambia cada año. En 2025 se ha titulado "Llegir en valencià: la memòria de l'aigua", una campaña que promueve la lectura como herramienta para volver a conectar con el pasado, preservar el patrimonio i reflexionar sobre el papel esencial que el agua ha tenido y continúa teniendo en nuestras vidas.


consum

10

HACIA LA SOCIEDAD QUE QUEREMOS

consum

Un futuro en el que consumir sea un acto consciente y compartido.

Un futuro en el que la cooperación permita promover un modelo de consumo más responsable, más cercano y alineado con los valores de nuestra cooperativa.



PARTICIPAMOS EN NUESTRA SOCIEDAD

Como empresa plenamente integrada en el tejido social del que forma parte, Consum es miembro de diferentes asociaciones sectoriales de supermercados y de la economía social, así como de fundaciones y centros de investigación. El importe de las cuotas de afiliación abonadas en el ejercicio 2025 asciende a los 337.193 euros. El listado de asociaciones a las que pertenece Consum se recoge a continuación:

SECTORIALES Y PROFESIONALES

AECOC

ASEDAS

CEV
CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL COMUNITAT VALENCIANA

ASUCOVA
Asociación de Supermercados de la Comunidad Valenciana

CEDAC
Consell d'Empreses Distribuïdores d'Alimentació de Catalunya

ASUCAM
Asociación de Supermercados de Castilla la Mancha

FEDACOVA
Federación Empresarial de Agroalimentación de la Comunidad Valenciana

CARVAL

Cámara Valencia

aesi
associació empresarial de silla

apd

ADL
Asociación para el Desarrollo de la Logística

asumur
Asociación de Supermercados de la Región de Murcia

AVE
asociación valenciana de empresarios

Club Marketing Mediterráneo

DEC
Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente

CE/R+S
CLUB DE EMPRESAS RESPONSABLES Y SOSTENIBLES

La pertenencia a las diferentes asociaciones se valida por la Dirección General. La Política de colaboraciones y patrocinios prohíbe las aportaciones a partidos políticos. Ninguna persona de los órganos de gobierno ha desempeñado un cargo público en los dos ejercicios anteriores a 2025.

ECONOMÍA SOCIAL

FUNDACIONES, CENTROS DE INVESTIGACIÓN Y OTROS

CONVENIOS DE COLABORACIÓN

El compromiso de Consum con causas y proyectos sociales está alineado con sus valores y principios como empresa socialmente responsable y, con la voluntad de estar cerca de las personas que más lo necesitan apoya año tras año la labor de entidades que velan por los derechos de personas vulnerables. Entre las colaboraciones más destacadas en el ejercicio se encuentran las siguientes:



PAYASOS DE HOSPITAL. Por vigésimo primer año, la Cooperativa colabora con la entidad Payasospital, con la finalidad de dar apoyo emocional a los jóvenes ingresados en el hospital y a sus familias. Payasos profesionales que forman parte de esta entidad organizan cada semana, en coordinación con los sanitarios, espectáculos personalizados para los pacientes hospitalarios de la Comunitat Valenciana. Gracias a este convenio de colaboración, más de 1.600 menores hospitalizados han recibido asistencia de Payasospital durante 21 años, mejorando la salud emocional y la calidad de vida de los pacientes. Esta iniciativa ha contado en total con una inversión de 125.000 euros por parte de Consum.

La Cooperativa se compromete un año más con el proyecto terapéutico de Pupaclown en el Hospital Clínico Universitario Virgen de la Arrixaca, un centro hospitalario de referencia en la Región de Murcia.

FUNDACIÓN JOSEP CARRERAS. Consum se compromete por duodécimo año consecutivo con la acción de la Fundación Josep Carreras contra la leucemia. Durante toda su trayectoria, la Cooperativa ha donado un total de 26.000 euros para apoyar a pacientes y a la investigación de esta enfermedad, de la cual cada año se diagnostican 6.000 casos nuevos en España. Además, Consum distribuye a través de la Fundación vales de compra para ayudar a los pacientes que se han desplazado lejos de su hogar para recibir tratamiento y residen de forma temporal en la red de pisos de acogida de la entidad.

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA CONTRA EL CÁNCER (AECC). Se renueva por quinto año consecutivo el compromiso con la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) participando en la campaña “La compra de tu vida”. Gracias a las donaciones realizadas por los clientes de Consum, en la pasada edición se recaudaron 224.232€. Todas las donaciones se han donado íntegramente a la Asociación Española Contra el Cáncer para apoyar la investigación y financiar servicios de apoyo a pacientes y familiares de esta enfermedad. En el marco de la colaboración con AECC, Consum hace donaciones de producto a las juntas locales, así como vales de compra que se distribuyen a personas que sufren esta enfermedad y que, además, se encuentran en una situación económica vulnerable. Desde 2019, también colabora en la ‘Nit Solidària Barcelona Contra el Càncer’, una gala anual para recaudar fondos para financiar proyectos de investigación oncológica. En 2025, además, ha colaborado por primera vez con AECC Tarragona, financiando proyectos de investigación oncológica, así como programas de acompañamiento emocional, social y físico para pacientes y familias. Consum también ofrece a la entidad vales de compra que pueden canjearse por productos en sus supermercados, destinados a familias en situación de vulnerabilidad económica.

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

FEBRERO

- Premio del Banco de Alimentos de Valencia a Consum.



MARZO

- Premio Tuawards a Consum como empresa sostenible, unos galardones otorgados por Tuawa y Global Omnium, que distinguen a los sectores más comprometidos con el medio ambiente, tanto en el ámbito de la Comunitat Valenciana como en el resto de España.
- Premio de la plataforma "Valencia, sí a la Vida" a Consum en la categoría de Institución en la segunda edición de sus premios, entregados en el Palacio de Colomina CEU de Valencia.
- Consum recibe un reconocimiento en la VI edición de los Premios CIRIEC-España a los 'Mejores Estudios en Economía Social'.



MAYO

- Premio AECOC Shopper Marketing e Innovación a Consum en la categoría de 'Mejor Acción de Desarrollo de Categoría' con el proyecto "La nueva era del pescado".
- Primer pemio AECOC en la categoría de 'Cooking ingredients' en la PLMA International Salute to Excellence Awards 2025, con el producto de Marca Consum: Calco de cocido Natural.



JUNIO

- 25 aniversario de la Cátedra de Cultura Empresarial de la Universitat de València.
- Consum galardonado en los Premios SIL 2025, en reconocimiento al ODS 5 Logística, por su plan de igualdad, conciliación, promoción interna y formación de sus trabajadoras en este sector.
- "Premio MIA Marketing B2C", otorgado a Consum por su campaña "Mira cómo compro online", una estrategia diferencial para impulsar su tienda virtual, en un mercado dominado por grandes competidores.
- Premio Thader junto Onda Cero en Murcia por el Programa Profit de Consum contra el desperdicio de alimentos.



SEPTIEMBRE

- Chep otorga a Consum el premio 'Global Positive Partner 2025' por su liderazgo en sostenibilidad y eficiencia en la cadena de suministro.

OCTUBRE

- Premio de Levante-EMV Prensa Ibérica 2025 al Cooperativismo, otorgado a Consum.

NOVIEMBRE

- Reconocimiento en el 60 Aniversario de Cope Valencia a Consum como referente de su ámbito y ejemplo del compromiso, talento y valores que definen a la Comunitat Valenciana.
- Fesbal: Banco de Alimentos, concede los Premios Espiga de Oro 2025 a Consum por el Apoyo Logístico.



DICIEMBRE

- Consum galardonada en los Premios Centro Español de Logística (CEL) 2025 por su proyecto "Sincronía logística: Excelencia colaborativa para una cadena de suministro eficiente y sostenible".

consum

Juntos es cooperativa

Consum S. Coop. V.

Avenida Alginet, 1, 46460 Silla (Valencia)

Tel. 96 197 40 00

comunicacioncorporativa@consum.es

www.consum.es

Número de Depósito Legal: V-1440-2012

La Memoria Corporativa de Consum es resultado del trabajo conjunto de su Comité de Sostenibilidad, y en ella se recogen todas las acciones que lleva a cabo la Cooperativa para contribuir a un modelo de desarrollo más sostenible. Se trata de una herramienta que sirve a la Cooperativa para la transparencia ante los grupos de interés y la mejora continua de la gestión de la sostenibilidad.

FSC www.fsc.org FSC® C003517

EU Ecolabel www.ecolabel.eu EU Ecolabel: AT/11/002

BLUE ANGEL DAS UMWELTZEICHEN www.blauer-engel.de/uz14


consum
COOPERATIVA