



## Consum facturó 3.378,9 millones de euros en 2021, un 1,6% más

- Obtuvo unos resultados de 67,9 M€, un 3,6% más.
- Sus ventas online crecieron un 37,6%, hasta los 61,37 M€.
- Sumó 826 puestos de trabajo, hasta alcanzar una plantilla de 18.212 trabajadores.
- Repartió 71,5 M€ entre los trabajadores e invirtió 28,3 M€ en conciliación.
- Realizó inversiones por 149,9 M€, un 27,6% más, destinadas a crecimiento de la red comercial, adecuación de instalaciones logísticas y digitalización.

València, 12 de mayo de 2022.- Consum facturó 3.378,9 millones de euros en 2021, un 1,6% más que el ejercicio anterior. Los resultados se situaron en 67,9 millones de euros, un 3,6% más. La Cooperativa ha mantenido la facturación a superficie constante (sin las ventas de las aperturas) en un contexto en el que las ventas del sector de la distribución con base alimentaria se han reducido en un 2,5%, según el INE. Por su parte, las ventas de la tienda online de Consum aumentaron un 37,6%, hasta alcanzar los 61,37 millones de euros.

El total de inversiones alcanzó los 149,9 millones de euros, un 27,6% más respecto a 2020, destinadas a la apertura de 54 nuevos supermercados, -6 propios y 48 franquicias Charter, cifra récord hasta el momento-, a la ampliación y reforma de 35 tiendas para adecuarlas al nuevo modelo de Consum, que ya está implantado en más de un centenar de tiendas, y la digitalización de procesos de todas las centrales logísticas, así como a procesos de innovación y digitalización. Con las nuevas aperturas, la red comercial cuenta con 838 establecimientos, 466 propios y 372 Charter (629.106 m<sup>2</sup> de sala de ventas), ubicados en la Comunidad Valenciana, Cataluña, Castilla-La Mancha, Murcia, Andalucía y Aragón. Para 2022, la Cooperativa prevé incrementar su ritmo de aperturas y abrir 56 supermercados más: 15 propios y 41 Charter y realizar 32 reformas y 12 ampliaciones.

La Cooperativa mantiene el 6º puesto del ranking nacional de empresas de distribución por superficie, aumentando su cuota un 0,1 hasta el 4,4% del mercado nacional, mientras que su cuota de mercado por ventas en su área de influencia se sitúa en el 12,9%.

### Fomentar el talento y el bienestar

Consum creó 826 nuevos puestos de trabajo en 2021, hasta alcanzar una plantilla de 18.212 trabajadores, de los que el 73% son mujeres. El 94% de la plantilla disfruta de la condición de socio, fijo o socio en periodo de prueba. Los socios trabajadores son propietarios de la Cooperativa, por lo que se implican en la gestión y se reparten los beneficios. En 2021, se repartieron 71,5 millones de euros, de los que 42,8 millones corresponden a reparto de resultados cooperativos entre los socios trabajadores y 39,2 millones a primas por objetivos entre toda la plantilla.

Además, la actividad de Consum generó unos 41.550 empleos indirectos, un 6% más que en 2020, principalmente, dentro de su cadena de suministro y en sus contratistas de servicios (transporte, mantenimiento, limpieza, seguridad o servicio a domicilio). Para la campaña de Semana Santa, estival y de Navidad generó 4.000 puestos de trabajo estacionales.



La Cooperativa aplicó en enero de 2022 una subida salarial para su personal operativo (vendedor, gestor operativo de tienda, preparador, maquinista y personal administrativo) entre un 1,7% y un 2,5% en función de la categoría profesional, aplicando una medida de solidaridad retributiva. Este incremento afectó al 89% de la plantilla de la Cooperativa, unas 16.408 personas, y supuso una inversión de más de 7,5 millones de euros. La remuneración media del personal operativo socio asciende a 1.852,13€ brutos mensuales.

Gracias a los sucesivos Planes de Igualdad, se está propiciando la incorporación de más mujeres a puestos de responsabilidad. El 61% de los puestos de responsabilidad de tiendas ya están ocupados por mujeres. En 2021 promocionaron 401 trabajadores, de los que 64% fueron mujeres. Por todo ello, Consum forma parte de la Red de Empresas con Distintivo de Igualdad en la Empresa del Ministerio de Igualdad, que reafirma la implicación de la Cooperativa con la igualdad efectiva entre hombres y mujeres.

La Cooperativa invirtió un 25% más en conciliación respecto a 2020, alcanzando los 28,3 millones de euros, lo que representa 1.556 euros por trabajador. Además, obtuvo el certificado Top Employers por noveno año consecutivo, certificándola como una de las mejores empresas para trabajar en España y también es la única empresa de distribución con el certificado de Empresa Familiarmente Responsable, con la calificación de Excelencia.

### **Ayudar a ahorrar al socio-cliente**

En 2021 los socios-clientes se han beneficiado de descuentos en sus compras por valor de 50,5 millones de euros, un 1,6% más que durante el ejercicio anterior. Con todos los descuentos, cada socio-cliente ha podido ahorrar unos 28€ al año de media. La participación en las ventas de los socios-clientes ha alcanzado el 80%, lo que pone de relieve la buena aceptación del programa Mundo Consum, presente ya en 3,4 millones de hogares españoles. En 2021 se superó la cifra de los 4 millones, hecho que evidencia la buena evolución de su programa de fidelidad y la sitúa como la mayor cooperativa española por número de socios.

El surtido global de Consum superó las 15.200 referencias, de las que el 86,6% son marcas de fabricante. En 2021 se ha seguido ampliando la gama de productos ecológicos en todas las secciones, tanto frescos como de alimentación y no alimentación, hasta alcanzar un surtido total de 330 referencias, que incluyen también las 66 de la marca propia Consum ECO, en las que se ha revisado el envase para hacerlo más sostenible.

Se ha continuado avanzando en materia de bienestar animal y el 100% de la carne fresca que se vende en mostradores y bandejeros cuenta con dicho certificado, que incluye los sellos Welfare, Interporc, Provacuno y Ternera Gallega. Dentro de la marca Consum, cada vez más productos cuentan con certificados en materia de sostenibilidad, que aportan un valor añadido a los consumidores, como el sello MSC (pesca), UTZ y Rainforest (agricultura), FSC y PEFC (celulosas) y Ecolabel, entre otros.

La Cooperativa ha continuado con la reformulación saludable de productos de su marca propia, dentro del marco de la Estrategia NAOS, con el objetivo de promover una alimentación más saludable. En 2021 se ha reformulado 21 referencias de marca Consum, incorporando nuevos ingredientes con mejores valores nutricionales. También se han incorporando nuevas referencias sin gluten (229) y sin lactosa (253) para



atender a personas con necesidades nutricionales específicas.

La Cooperativa ha seguido apostando por la innovación orientada a las personas, a la que ha destinado 20,8 millones de euros en 2021, un 7,2% más, para proyectos de I+D+i, como los mangos de los carros y cestas con tratamiento anti-Covid, las bandejas de horno con recubrimiento antiadherente que mejoran la sostenibilidad y salubridad, la ampliación de las cajas autoservicio, la integración de la tienda online en la App Mundo Consum, y el lanzamiento y reformulación de productos marca Consum, entre otros.

Consum, como empresa de economía social, mantiene su compromiso con la economía local: el 98,8% de las compras efectuadas por la Cooperativa se realizan a proveedores nacionales y el 65,9% a proveedores de las comunidades autónomas en las que está presente, cuyos plazos de pago se han situado en 44 días.

### **Actuar con responsabilidad y solidaridad**

En 2021, Consum ha colaborado con cerca de un millar de proyectos sociales en todas las comunidades donde está presente a través de su política de colaboraciones y su Programa Solidario. La inversión ha ascendido a 23,8 millones de euros, un 21% más que el ejercicio anterior.

Destaca su Programa Profit de Gestión Responsable de Alimentos, que en 2021 ha celebrado su 10º Aniversario, a través del cual Consum donó 8.460 toneladas de alimentos a las personas que más lo necesitan. Los alimentos provienen de los supermercados, plataformas y escuelas de frescos, y suponen un valor de 23,3 millones de euros, un 19% más que en 2020. Gracias a estas donaciones y a la labor de los más de 1.400 voluntarios con los que colabora Consum, se pudo ayudar a 85.000 personas. Además, aprovechar estos alimentos también permitió evitar la emisión de 5.000 toneladas de CO<sub>2</sub> a la atmósfera, creando un doble beneficio, social y medioambiental.

### **Reducción de emisiones y apuesta por la economía circular**

Durante 2021, Consum ha renovado su Política Ambiental, en base a dos objetivos: la lucha contra el cambio climático y la economía circular. En este sentido, la Cooperativa destinó 67,2 millones de euros a inversiones medioambientales, con el objetivo de minimizar sus efectos sobre el entorno. La huella de carbono de la Cooperativa se ha reducido un 84% desde 2015, fruto de la incorporación de gases refrigerantes de temperatura negativa, alimentada con CO<sub>2</sub> en las nuevas aperturas, los supermercados ecoeficientes y la mejora de los vehículos de la flota logística. Además, es la primera empresa del sector de la distribución alimentaria que ha obtenido el sello “Reduzco” del Ministerio para la Transición Ecológica (MITERD) y que registra su huella públicamente en la base de datos del Ministerio. Actualmente, el 100% de los supermercados Consum son ecoeficientes. Y el 98,5% de la energía consumida por la Cooperativa proviene de fuentes renovables.

A esta reducción de la huella de carbono también ha contribuido los proyectos logísticos TEO y Nodriz, con ahorros de más de 8,3 millones de kilómetros y 3,5 millones de euros, como la inversión en vehículos ecoeficientes (a gas y motor Euro6), hasta los cerca de 400 vehículos eficientes y 29 con gas natural.

En 2021 la Cooperativa también ha renovado la certificación “Residuo Cero” de AENOR en sus seis plataformas logísticas y sede, que acredita que más del 99% de los desechos de embalajes, contenedores, palets y demás residuos se valorizan, evitando, de esta forma, que tengan como destino el vertedero. Esto



significa que la Cooperativa dispone de un sistema de trazabilidad de todos los residuos desde la producción de los mismos hasta su gestión final.

La economía circular es el otro gran pilar de la gestión ambiental de Consum. Gracias al Plan de Reducción de Materiales y Envases ha dejado de poner en el mercado más de 1.590 toneladas de plásticos, por la implantación de las bolsas reutilizables y compostables en las secciones de frescos, así como por las múltiples medidas de reducción y sustitución de envases en su marca propia. Actualmente, el 11,6% de los plásticos de marca propia ya son de origen reciclado o elaborados con bioplásticos.

### Memoria de Sostenibilidad 2021

