



## Consum facturó 3.324,9 millones de € en 2020, un 13,3% más

- Obtuvo unos resultados de 65,5 M€, un 19,9% más.
- Sumó 1.355 puestos de trabajo, cifra récord, hasta alcanzar una plantilla de 17.386 trabajadores.
- Repartió 71,5 M€ entre los trabajadores e invirtió 22,6 M€ en conciliación.
- Realizó inversiones por 116,6 M€, sobre todo, para la apertura de 52 tiendas, reformas, desarrollo de centrales logísticas y digitalización.

València, 12 de mayo de 2021.- Consum facturó 3.324,9 millones de euros en 2020, un 13,3% más que el ejercicio anterior. El crecimiento a superficie constante (sin las ventas de las aperturas) fue del 10,4%. Dicho crecimiento en ventas representa más de 7 puntos porcentuales por encima de la media del sector de la Distribución Alimentaria en España. Los resultados se situaron en 65,5 millones de euros, un 19,9% más.

El total de inversiones alcanzó los 116,6 millones de euros, destinados a la ampliación y adecuación de la red de tiendas y de las centrales logísticas, tanto de Quart de Poblet en Valencia, como de Las Torres de Cotillas en Murcia, así como a procesos de innovación y digitalización. En 2020, Consum abrió 52 nuevos supermercados, -9 propios y 43 franquicias Charter-, acometió 33 reformas y 11 ampliaciones, implantando su nuevo modelo de supermercado, disponible ya en 71 tiendas. Con estas aperturas, la red suma 791 establecimientos, 461 propios y 330 Charter (608.995 m<sup>2</sup> de sala de ventas), ubicados en la Comunidad Valenciana, Cataluña, Castilla-La Mancha, Murcia, Andalucía y Aragón. Para 2021, la Cooperativa prevé abrir 37 supermercados más: 7 propios y 30 Charter y realizar 21 reformas y 23 ampliaciones.

La Cooperativa ocupa el 6º puesto del ranking nacional de empresas de distribución, manteniendo su cuota por superficie en el 4,3% del mercado nacional, mientras que su cuota de mercado por ventas en su área de influencia se sitúa en el 13,6%. Además, en 2020, las ventas de la tienda online se incrementaron un 58%, hasta alcanzar una facturación de 44,5 millones de euros, estando presente en 229 poblaciones de las provincias de Valencia, Alicante, Castellón, Barcelona, Tarragona, Almería y Murcia. Desde febrero de 2021 los clientes de Consum ya pueden hacer la compra online desde la App Mundo Consum. La ampliación a nuevas zonas y servicios en 2020 ha supuesto la creación de cerca de 450 nuevos puestos de trabajo específicos para la preparación de los pedidos y la logística online.

### Juntos apostamos por el empleo

Consum creó 1.355 nuevos puestos de trabajo en 2020, una cifra récord, hasta alcanzar una plantilla de 17.386 trabajadores, de los que el 72% son mujeres. El 92% 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 2020, se repartieron 71,5 millones de euros, de los que 32,3 millones (2.187 € de media por socio) corresponden a reparto de resultados cooperativos entre los socios trabajadores y 39,2 millones a primas por objetivos entre toda la plantilla. 2020 también fue un año récord en cuanto a contratos realizados por causa de la pandemia. Por este motivo, Consum contrató a 6.149 personas y realizó 2.873 ampliaciones de jornada desde que comenzara la crisis sanitaria.



Además, la actividad de Consum generó unos 39.170 empleos indirectos, un 9% más que en 2019, principalmente, dentro de su cadena de suministro y en sus contratistas de servicios (transporte, mantenimiento, limpieza, seguridad o servicio a domicilio).

En 2020, la Cooperativa aplicó un aumento salarial del 1% que afectó a toda la plantilla. La remuneración media del personal operativo socio asciende a 1.709,51€ brutos mensuales. Para gratificar el esfuerzo y la dedicación de los trabajadores de supermercados y plataformas por el aumento del volumen de trabajo durante las semanas de confinamiento, se realizó una paga extra de 283€ de media en la nómina de marzo de 2020. La Cooperativa remuneró de nuevo en enero de 2021 con una nueva “prima Covid” de 300€ de media a sus equipos operativos. Estas pagas han beneficiado al 95% de la plantilla y ha supuesto para Consum una inversión total de 8,5 millones de euros.

Gracias a los sucesivos Planes de Igualdad, se está propiciando la incorporación de más mujeres a puestos de responsabilidad. Aproximadamente el 60% de los puestos de Dirección de Tiendas ya están ocupados por mujeres. En 2020 promocionaron 528 trabajadores, de los que 2 de cada 3 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 22,6 millones de euros en conciliación, lo que representa 1.303 euros por trabajador. Consum volvió a obtener el certificado Top Employers, por octavo año consecutivo, como una de las mejores empresas para trabajar en España y es la única empresa de distribución con el certificado de Empresa Familiarmente Responsable, con la calificación de Excelencia.

### **Juntos mejoramos la experiencia del socio-cliente**

En 2020 los socios-clientes se han beneficiado de descuentos en sus compras por valor de 49,7 millones de euros, un 9,5% más que durante el ejercicio anterior. Con todos los descuentos, cada socio-cliente ha podido ahorrar de media unos 30€ al año. 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. En 2020 se sumaron a la Cooperativa 247.742 nuevos socios-clientes, hasta superar los 3,6 millones, cifra que supone un 7,2% más y 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 15.000 referencias, de las que el 86,4% son marcas líderes. La Cooperativa ha seguido ampliando los productos ecológicos en todas las secciones, así como de su marca Consum ECO, hasta alcanzar las 253 referencias. También ha seguido ampliando su MDD y reformulando su composición para reducir grasas, sal y azúcares, siguiendo la Estrategia NAOS. En este sentido, ha reducido 502 toneladas de azúcar, sal y grasas saturadas en más del 18% de todos los productos marca Consum disponibles en sus supermercados. Además, continúa apostando por certificados en materia de sostenibilidad, concretamente, certificando al 65% de los proveedores de carne con el sello Welfare e incorporando el sello MSC en algunos productos de pescado congelado y refrigerado sostenible.



La Cooperativa ha seguido apostando por la innovación orientada a las personas, a la que ha destinado 19,4 millones de euros en 2020 para proyectos de I+D+i, como el tique electrónico a través de la App Mundo Consum, cajas de autoservicio en dos supermercados, etiquetas electrónicas o gestión del turno a través de la App, entre otros.

Consum, como empresa de economía social, mantiene su compromiso con la economía local: el 98,9% de las compras efectuadas por la Cooperativa se realizan a proveedores nacionales y el 66,2% a proveedores de las comunidades autónomas en las que está presente, cuyos plazos de pago han situado en 44 días.

### **Juntos respondemos a la sociedad**

En 2020, Consum ha seguido colaborando con más de 1.100 proyectos sociales en todas las comunidades donde está presente, el triple que en 2019, con un valor de 19,7 millones de euros, un 8% más que el ejercicio anterior, dentro de su política de responsabilidad social. Para paliar los efectos de la crisis generada por la Covid-19, la Cooperativa ha redoblado sus esfuerzos, especialmente en la donación de alimentos y de vales sociales a bancos de alimentos y entidades del tercer sector. De hecho, Consum activó en mayo de 2020 un plan social dotado con 150.000 euros en vales de compra gratuitos, junto con los bancos de alimentos de las provincias donde está presente.

Además, como parte de dichas colaboraciones solidarias, la Cooperativa cuenta con el Programa Profit de Gestión Responsable de Alimentos, que el pasado ejercicio donó más de 7.108 toneladas de alimentos provenientes de los supermercados, plataformas y escuelas de frescos, cifra que supone un 3% más que en 2019, con un valor de 19,1 millones de euros. Gracias a estas donaciones y a la labor de los más de mil voluntarios con los que colabora Consum, se pudo ayudar a 51.665 personas. Además, el aprovechamiento de los productos donados también supone un impacto ambiental positivo, ya que previene la emisión de más de 4.500 toneladas de CO<sub>2</sub> a la atmósfera que se producirían si estos alimentos se desperdiciaran.

### **Juntos respetamos el entorno**

Consum procura cada año minimizar sus efectos sobre el entorno y, para ello, destinó 16,2 millones de euros a inversiones medioambientales, un 16,5% más que en 2019. La huella de carbono de la Cooperativa se ha reducido un 86,6% 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.

A esta reducción de la huella de carbono también ha contribuido los proyectos logísticos TEO y Nodriz, rebajando en 5,7 millones los kilómetros realizados en 2020, así como la inversión en vehículos ecoeficientes (a gas y motor Euro6), hasta los 374 vehículos eficientes y 29 de gas natural. En 2020, la Cooperativa ha renovado el 100% de la flota con antigüedad inferior a 10 años, gracias a su Plan Renove.



En 2020 la Cooperativa 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 1.300 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. Además, la Cooperativa ha eliminado todo el plástico en las comunicaciones de la organización.

### **Balance Covid**

Consum, como servicio esencial desde que comenzó la pandemia, activó medidas de higiene y distanciamiento social en los puntos de venta para garantizar que fueran lugares seguros, tanto para los clientes como para los trabajadores.

Para garantizar la salud de los trabajadores se puso a su disposición todos los equipos de protección individual, como guantes, gel hidro-alcohólico, mascarillas, mamparas de protección, gafas protectoras, etc, incluso, un teléfono gratuito de apoyo psicológico. También, para garantizar la salud de los clientes, se implantó un sistema automático de control de aforo en todos los accesos a las tiendas, con información, en tiempo real, de la ocupación del centro respecto a los límites marcados por la normativa, se puso señalización de la distancia de seguridad en secciones de frescos y zonas de espera de cajas, gel desinfectante en las entradas al supermercado, refuerzo de limpieza adicional a mediodía y desinfecciones periódicas en carros y cestas en las tiendas, así como las cubetas y materiales de preparación de la compra online. También se instauró el uso obligatorio de la mascarilla, medida pionera en el sector antes de la exigencia legal y otra serie de medidas excepcionales durante los meses de confinamiento.

Todas estas medidas de seguridad supusieron una inversión de 12 millones de euros.

La crisis vivida por la Covid-19 puso a prueba la capacidad de los proveedores para atender los pedidos, la de las plataformas logísticas para gestionarlos y la del transporte capilar a tiendas para poder servirlos en los tramos horarios previstos. Gracias al esfuerzo conjunto, se pudo garantizar en todo momento el aprovisionamiento de los productos de primera necesidad, reafirmando la robustez de la cadena de suministro, que tuvo que soportar incrementos de demanda superiores al 200%, durante algunos meses respecto a la demanda habitual.