
COMUNICADO DE PRENSA

LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS RESPALDA TODAS LAS PROPUESTAS DEL CONSEJO

El Corte Inglés da luz verde al Plan Estratégico 2021-26 que impulsa el crecimiento y la solidez financiera

- *El proyecto se apoya en el desarrollo de los negocios existentes, como retail, viajes, seguros y servicios financieros, y en la entrada en nuevos negocios como logística, operador móvil, comercializador de energía, y servicios de seguridad y alarmas, entre otros.*
- *En términos económico financieros, el Plan prevé doblar resultado con un Ebitda de 1.700 millones de euros, reducir un 60% la deuda y multiplicar la venta online hasta representar el 30% de la facturación del Grupo.*
- *La confianza y la cercanía al cliente son la base común de todos los negocios del nuevo ecosistema de la empresa que, ofreciendo la mejor selección de productos y servicios del mercado, trata de facilitar la vida del cliente.*
- *Durante su intervención, Marta Álvarez señaló que "nuestro equipo, la confianza y la marca permitirán desarrollar un proyecto de éxito y futuro".*
- *El consejero delegado, Víctor del Pozo, explicó que el Plan Estratégico pilota sobre la premisa de que "El Corte Inglés pase de ser un retailer tradicional al mejor ecosistema de negocios del mercado español".*

Madrid, 23 de julio de 2021: La Junta de Accionistas de El Corte Inglés, celebrada hoy en Madrid, ha aprobado por todas las propuestas del Consejo de Administración, entre las que destacan, la aprobación del informe de gestión, las cuentas anuales de 2020, el Informe No Financiero y la propuesta de aplicación de resultados. Asimismo, ha dado luz verde el Plan Estratégico 2021-2026. La presidenta de El Corte Inglés, Marta Álvarez, afirmó que "el ejercicio 2020 ha resultado clave para la transformación de nuestro modelo de negocio y nos ha hecho más fuertes y más sólidos".

Marta Álvarez aseguró que “El Corte Inglés está en plena evolución y transformación de nuestros negocios, lo que nos permitirá abordar el futuro con modernidad; obtener nuevas fuentes de ingresos, y conseguir mayor solidez empresarial”. También comentó: “estamos ya en plena recuperación” y avanzó que, excluyendo el efecto del turismo, “el primer trimestre de 2021 va a cerrar con cifras muy cercanas a las de 2019”.

El consejero delegado, Víctor del Pozo, que detalló a los accionistas los pormenores del Plan Estratégico, explicó que “el futuro de El Corte Inglés se basa en la construcción de un ecosistema de negocios apoyado en una actividad de retail única, que persigue cuatro beneficios: maximizar el valor y la rentabilidad para el Grupo; mejorar la competitividad en retail; crear sinergias entre los distintos negocios del Grupo; y disminuir los riesgos”. Del Pozo comentó que El Corte Inglés va a evolucionar desde un retailer a un “ecosistema de servicios y negocios, donde las nuevas actividades tendrán un papel relevante. Es decir, una empresa que hace la vida más fácil de las personas al ofrecer la mejor selección de productos y servicios”.

En términos económico financieros, el Plan Estratégico prevé duplicar el resultado con un Ebitda de 1.700 millones de euros; reducir un 60% la deuda, y multiplicar la venta online hasta representar el 30% de la facturación del Grupo.

TRANSFORMACIÓN Y ECOSISTEMA

El consejero delegado puntualizó que la transformación de El Corte Inglés, que desarrolla el Plan Estratégico, establece un amplio ecosistema que incluye los negocios ya existentes de retail y de no retail (viajes, seguros y servicios financieros), así como los nuevos negocios en desarrollo. En este sentido, se refirió a las cuatro nuevas líneas de actividad que se han puesto en marcha: El Corte Inglés Logistics (operador logístico integral de referencia); Sweno como operador móvil; Sweno como comercializadora de energía; y Sicor para ofrecer a terceros servicios relacionados con la seguridad, servicios auxiliares y alarmas.

La presidenta avanzó también el lanzamiento para el próximo otoño de una nueva Tarjeta de Compra de El Corte Inglés que, de la mano de Master Card, permitirá su utilización universal, es decir, en cualquier lugar del mundo.

Marta Álvarez, que definió el Plan Estratégico como “un proyecto realista, pero ambicioso”, comentó que esto es posible “gracias a nuestros principales activos: nuestro equipo, la confianza y la marca”. Y concluyó diciendo que todo ello se realizará “en el marco del rigor, la seriedad y la

austeridad que siempre nos han caracterizado como empresa. Esto nos permitirá avanzar en nuestro modelo de negocio. Un modelo de éxito y futuro".