

EROSKI, avanzamos *contigo.*



Memoria corporativa 2024



Es o que *elixes*, o que *decides*, o que *compras*.

A nosa cultura cooperativa é o motor que impulsa iniciativas cun impacto positivo na sociedade. Fomentamos o consumo responsable baseado na sustentabilidade, a accesibilidade económica, a solidariedade, a alimentación saudable e o respecto pola contorna local.

E ti, es EROSKI?

Índice

01	Benvida	03
	Carta de Rosa Carabel, CEO do Grupo EROSKI	03
	Carta de Leire Mugerza, Presidenta do Consello Reitor de EROSKI S.Coop.	04
02	EROSKI en 2024	07
	Un repaso ao ano	09
03	A nosa esencia	13
	SER EROSKI: A nosa cultura corporativa	15
	Goberno corporativo	17
	Modelo de negocio: unha rede de tendas dinámica e con varios formatos	19
	Gama de calidade: as nosas marcas, a nosa mellor referencia	21
04	Os nosos compromisos e aposta por:	25
	A alimentación saudable	29
	A riqueza e a contorna local	37
	O aforro	43
	A sustentabilidade	45
	As persoas	53
05	Información: económico-financeira	61



Carta de Rosa Carabel, CEO do Grupo EROSKI

Presentamos a nosa **Memoria 2024, un exercicio marcado por importantes logros e desafíos que abordamos con éxito**. Consolidamos o crecemento das nosas vendas, demostrando a nosa competitividade no sector. Neste aspecto, cómpre mencionar o excelente comportamento do noso negocio en rexións como Galicia e as Illas Baleares, así como a evolución da nosa cota de mercado no último cuadrimestre do ano en todo o negocio alimentario, polo que somos optimistas de cara ao novo exercicio. Especialmente, se temos en conta que **consequimos consolidar o noso EBITDA, igualando as cifras de 2020 e 2023**, o que reflicte a fortaleza da nosa xestión.

Ademais, **continuamos a reducir a nosa débeda**, superando o noso compromiso. Creamos a Oficina do investidor despois de emitir o bono en novembro de 2023, cunha excelente valoración tanto cualitativa como, sobre todo, cuantitativa. A evolución da súa cotización foi moi positiva, o que sen dúbida reflicte a crecente confianza nos nosos resultados e na nosa evolución. A eficiencia das nosas operacións mellorou notablemente, malia que se viu moi condicionada polos incrementos salariais derivados da inflación xeral. Estes bos resultados permitíennos avanzar na recuperación global do noso patrimonio empresarial y social. Sen dúbida, lembraremos o **2024 como o ano no que cambiamos de rumbo**, deixamos de falar de compensación para comezar a centrarnos en reforzar e medrar desde o punto de vista da propiedade e o patrimonio.

O crecemento da nosa rede comercial, coa apertura de 7 novas tendas propias e 53 novas franquías, permítenos fortalecer a nosa presenza no mercado.

Preocupámonos e dedicámonos a dar a mellor resposta posible ás necesidades **das persoas consumidoras**. Sabedes que están no centro das nosas decisións e actividade, xunto coas **persoas traballadoras**. E tamén sabedes que se hai algo que preocupou, afectou e condicionou o consumo dos fogares, foi o efecto da inflación no poder adquisitivo das familias. Por iso, no grupo EROSKI apostamos por estratexias que non só manteñan a competitividade dos prezos, senón que tamén o fagan de forma sostible e incluso a melloren. Así, **seguimos a realizar un notable esforzo investidor para poderlles permitir ás persoas consumidoras aforrar sen perder de vista a calidade, a saúde e a sustentabilidade, centrándonos nos produtos locais e nas familias que os subministran**.

E o noso labor tamén se estende á riqueza local. Ampliamos o noso **Programa de acompañamento a provedores** a rexións como Aragón, Galicia e Navarra. Un programa ao servizo dos nosos provedores agroalimentarios que ten como obxectivo acompañalos na mellora das prácticas medioambientais, sociais e de goberno corporativo. En 2024, tamén compartimos as nosas liñas estratéxicas para o seguinte trienio mediante a organización de encontros en diversas comunidades autónomas con provedores, institucións e outros grupos de interese que, dunha forma ou outra, nos acompañan na nosa actividade e misión. Así, tivemos a oportunidade de repasar a nosa historia e compartir con orgullo un plan que mantén e reafirma as nosas raíces, o noso ADN, os nosos valores e, por suposto, o noso propósito. Tamén actualiza a nosa misión para «Crear e medrar» en e para un futuro próspero e sostible, que combina a xeración de resultados empresariais coa creación de riqueza na contorna, asegura a satisfacción plena das persoas consumidoras e traballadoras, e fomenta unha alimentación saudable.

A nivel organizativo, demos un salto importante na xestión interna ao ampliar o noso **programa IMPACTO** que, como sabedes, é un **sistema de gobernanza que se basea nun modelo de traballo para equipos multidisciplinares** co coñecemento e a capacitación para lograr impactos positivos. Xa somos un colectivo de arredor de 500 persoas que traballamos neste programa para contribuír a satisfacer as expectativas das persoas consumidoras de xeito diferencial.

Ademais, **en 2024 celebramos fitos significativos**, como o **65 aniversario de Caprabo** e o **50 aniversario de EROSKI Consumer**. Estes eventos reflicten o noso compromiso coa historia e o futuro do comercio responsable e próximo ás persoas.

No ámbito da **solidariedade** e a sustentabilidade, tras un rigoroso proceso, Velgalsa-EROSKI converteuse na primeira empresa do sector en Galicia en obter a certificación de Desperdicio alimentario, que acredita a eficiencia do sistema de xestión co que a compañía contribúe a prever e reducir os desperdicios alimentarios en toda a cadea de subministración. Igualmente, consolidamos iniciativas como o **Céntimo solidario**, que canalizan a xenerosidade da sociedade xunto coa do grupo EROSKI cara a proxectos sociais con impacto. Neste ámbito, merece unha mención especial a campaña que organizamos para recadar fondos para a poboación afectada polos devastadores efectos da DANA, en colaboración coa Cruz Vermella. Aproveito a oportunidade que me ofrece este espazo para agradecer á nosa clientela a súa resposta á nosa chamada á solidariedade. Un vez máis, demostraron o seu forte compromiso solidario e puidemos reunir máis de medio millón de euros coa campaña, grazas ás súas doazóns e á achega adicional que fixemos desde o grupo EROSKI. Tamén quero enviar unha mensaxe de ánimo e agarimo sincero a todas as persoas que seguen a sufrir de parte da familia EROSKI.

Para o 2025, reafirmamos o noso compromiso coa innovación, a sustentabilidade, a proximidade coas persoas consumidoras e a satisfacción das persoas traballadoras. Tamén ratificamos o noso compromiso de contribuír de forma activa á consecución dos Obxectivos de Desenvolvemento Sostible, en virtude da nosa adhesión ao Pacto Mundial das Nacións Unidas, e

integrámoslos na nosa estratexia, cultura e operacións. Somos conscientes de que nos seguiremos a enfrontar a incertezas e tensións xeopolíticas, así como a unha presión normativa crecente, sobre todo en canto á sustentabilidade, o que fai que a transformación do sector sexa aínda máis complexa. Con todo, **as nosas prioridades permanecen firmes: a competitividade cos nosos prezos, promocións masivas e personalizadas e o impulso dunha marca propia que reflicta o noso posicionamento**. Ademais, seguimos dando prioridade aos produtos frescos e locais, unha ampla gama que apoia de maneira inequívoca aos nosos provedores locais agroalimentarios. Tamén seguimos a impulsar os nosos clubs de fidelidade e a ampliar a nosa rede comercial, ao transformar os nosos establecementos cara a modelos máis actuais e ao impulsar novas tendas propias e franquizadas. Por outra banda, seguimos avanzando en materia de dixitalización e no uso de ferramentas analíticas avanzadas, o que nos permite optimizar a xestión das principais variables do negocio, mellorar a eficiencia e, polo tanto, enriquecer a experiencia de compra nas nosas tendas e canles.

Por último, algo fundamental, **agardamos que o 2025 sexa un ano excepcional para todas as persoas que formamos parte deste proxecto**. Pechamos unha etapa na que o noso compromiso, resiliencia, responsabilidade na toma de decisións e aposta polo noso modelo socioempresarial único demostraron claramente que son a clave para a nosa nova e prometedora situación. Con orgullo polo traballo que realizamos, entramos nesta nova fase, na que o liderado cooperativo e o enfoque na satisfacción das persoas traballadoras deben ser prioritarios e un dos principais obxectivos dos próximos anos neste ciclo estratéxico.

Agradezo a todas as persoas que forman parte do grupo EROSKI, dunha forma ou outra, a súa dedicación e esforzo constante. Teño claro que, se nos mantemos como un equipo, poderemos seguir construíndo un futuro prometedor para o grupo, para as comunidades ás que servimos e para a sociedade en xeral. Un futuro que será máis sostible, igualitario, diverso e inclusivo e, polo tanto, no que **o benestar de todas as persoas sexa o eixe da nosa evolución**.



Ao facer balance de 2024, vexo con orgullo e emoción un ano de avances sólidos que reafirman a nosa misión e fortalecen o valor do noso modelo cooperativo. Foi un exercicio no que o grupo EROSKI demostrou que se pode medrar con alma, sendo competitivos, mellorando as nosas condicións e reafirmando o noso compromiso social.

Os resultados económicos positivos dos últimos exercicios, que se consolidaron en 2024, permitíronnos non só reforzar a nosa posición no mercado, senón tamén recuperar elementos que son clave para a nosa folia de ruta cooperativa.

Un dos avances máis significativos foi a posibilidade de reverter parcialmente os efectos de situacións pasadas que, no seu momento, asumiron as persoas socias traballadoras. Unha realidade que agora comeza a atopar resposta grazas á mellora sostida e que é unha expresión moi coherente do que somos como cooperativa: participación activa nos momentos de dificultade e distribución equitativa da riqueza cando o contexto mellora. Este paso simboliza unha evolución cara a unha etapa de maior solidez e proxección compartida.

Esta mesma idea de compromiso mutuo e construción colectiva tamén se materializa no **Fondo de solidariedade ERLAN**, unha ferramenta única que reflicte o compromiso interno de apoio entre as persoas socias. ERLAN representa a capacidade de dar unha resposta estruturada e sostible ás situacións persoais máis complexas mediante unha contribución voluntaria e xenerosa orientada ao ben común. É, sen dúbida, unha das expresións máis xenuínas do **espírito cooperativo que nos une e nos diferencia**. Que maior motivo de orgullo podería ter quen preside o Consello Reitor que representar unha comunidade capaz de construír este tipo de respostas colectivas?

Da mesma forma, a ruta positiva dos últimos anos permitiunos fortalecer a dotación do **fondo COFIP, que se destina a fomentar iniciativas de carácter social e cooperativo** que forman parte da nosa identidade desde o inicio. Ademais, ampliamos o seu alcance segundo o que se establece na nova Lei de cooperativas do País Vasco, abrindo novas posibilidades para responder ás necesidades da contorna desde a nosa vocación transformadora.

Con esta base reforzada, miramos cara ao futuro co compromiso de seguir xerando un impacto positivo e valor compartido na sociedade.

2024 tamén foi un ano no que ampliamos a nosa rede comercial con novos puntos de venda, tanto propios como mediante franquías, e incorporamos novas persoas á nosa organización.

A familia EROSKI continúa a medrar, tamén no número de persoas socias consumidoras, que xa superan os 1,4 millóns. E o máis importante, tamén medra a súa implicación, mediante canles de participación consolidadas que fortalecen a nosa gobernanza e a nosa comunidade.

Tamén celebramos os aniversarios de dous referentes: os 65 anos de Caprabo e os 50 anos de EROSKI Consumer, que reflicten o noso compromiso coa distribución de calidade e a información útil para as persoas consumidoras.

Medio século acompañando e informando á cidadanía, que hoxe se traduce en iniciativas como a revitalización dos comités consumeristas e o traballo constante da Escola de alimentación da Fundación EROSKI, cuxos programas educativos superaron en 2024 os 2,1 millóns de estudantes participantes desde que se iniciou en 2012.

Conscientes das dificultades económicas que viven moitos fogares, reforzamos os nosos esforzos para ofrecer un aforro real ás persoas consumidoras. O noso esforzo investidor nos dous últimos anos superou os 50 millóns de euros, porque nunha organización con máis de 6,4 millóns de persoas socias do club EROSKI, o impacto é enorme e a responsabilidade ineludible.

A solidariedade e a sustentabilidade seguen a ser eixes fundamentais da nosa identidade. En 2024, mediante iniciativas como o **Céntimo solidario**, canalizamos máis de 26 millóns de euros para apoiar o labor de máis de 300 entidades sociais. Tamén unimos esforzos coa Cruz Vermella e coa nosa clientela para realizar unha acción extraordinaria de apoio ás persoas afectadas pola DANA, reafirmando así a nosa vocación de cooperar onde máis se necesita.

Miramos ao 2025 coa convicción de que o noso modelo segue a ser unha resposta válida e transformadora. Medrar doutra forma é posible: sendo competitivos para garantir a nosa sustentabilidade económica, pero tamén solidarios, responsables e fieis á nosa esencia cooperativa. Porque **no grupo EROSKI, cada paso que damos está cheo de propósito, participación e compromiso coas persoas.**

Esta carta non é só o peche dun exercicio, senón unha declaración viva de que a nosa misión, «Crear e medrar», está plenamente vivente. No grupo EROSKI, traballamos todos os días para mellorar a calidade de vida das persoas socias consumidoras e traballadoras, e facémolo xerando valor compartido cunha xestión participativa e un modelo de colaboración que nos define como cooperativa. Creamos e medramos co firme propósito de impulsar un resultado empresarial que permita crear riqueza na contorna, satisfagan a quen nos elixe e nos constrúe cada día e fomentar unha alimentación saudable e responsable. Estas accións non só forman parte do que facemos, senón que reflicten o que somos: unha organización comprometida coa súa contorna, coas persoas e cun futuro máis xusto e sostible. No grupo EROSKI, a convicción de que podemos ser competitivos sen renunciar aos nosos valores continúa a guiar con firmeza o noso presente e o noso futuro.

**Carta de
Leire Mugerza,
Presidenta do Consello
Reitor de EROSKI S.Coop.**



02

EROSKI en 2024, un repaso ao ano

EROSKI en 2024

Un repaso ao ano



Febreiro

Estendemos o noso plan de descontos na compra para familias numerosas a Burgos e Soria.



Marzo

Presentamos o noso segundo camión eléctrico en Bilbao.



Abril

Reunimos a máis de 300 provedores para compartir as liñas do noso plan estratéxico para os próximos 3 anos.



Agosto

Facemos balance do noso «Programa educativo en alimentación e hábitos de vida saudables» da Fundación EROSKI, no que xa participaron máis de 2 millóns de alumnos.



Setembro

Damos un novo impulso ao aforro das familias con baixadas dos prezos en 2000 produtos.



Outubro

O noso esforzo recoñecido! En EROSKI obtivemos cinco galardóns nos premios “Comercio do ano” e renóvase o noso recoñecemento como líder no servizo de atención ao cliente por décimo terceiro ano consecutivo.



Maio

Inauguramos no noso centro logístico de Son Morro (Palma) o sistema robótico AutoStore, o primeiro destas características no sector da distribución de alimentos en España.



Xuño

Asinamos xunto a IBERDROLA un acordo para instalar 1000 puntos de recarga para vehículos eléctricos en máis de 300 supermercados do noso Grupo.



Xullo

A formación, a divulgación e a innovación son os eixes centrais da renovación do convenio entre EROSKI e o Basque Culinary Center.



Novembro

Celebramos con EROSKI Consumer o noso 50 aniversario, liderando a información e a formación das persoas consumidoras.



Décembro

En EROSKI, xunto cos nosos clientes, doamos máis de medio millón de euros ás persoas afectadas pola DANA.



Xaneiro de 2025

Seleccionáronnos para representar a Euskadi nos premios da Semana europea de prevención de residuos.

EROSKI en cifras

Un repaso ao ano

Financeiros



5885 M €
de facturación



26 440 000 €
a diversos fins sociais



1502
establecementos



60
aperturas

+6 400 000
Socios clientes

Sustentabilidade



2600
Toneladas de alimentos doados
a entidades sociais



40 140
Toneladas de residuos
destinadas a reciclaxe
ou valorización

Equipo



27 625
persoas
traballadoras



74 %
postos de
responsabilidade
ocupados por mulleres



76 %
mulleres no
cadro de
persoal



3624
empregos estimados
en franquías



474 739
persoas atendidas a través do
servizo de atención ao cliente

Saúde



248
produtos da nosa marca
propia sen glute
nas nosas tendas



1710
produtos de marca propia coa
etiquetaxe nutricional avanzada
Nutri-Score no envase



31 720
persoas utilizaron o servizo de
información nutricional EROSKI
Club (Ekilibria)



+1200
auditorías a puntos de venda,
plataformas e provedores

Contorna local



3606
provedores
comerciais
nacionais (93 %)



2027
pequenos
produtores
agroalimentarios
(56,2 %)



+20 000
referencias de
produtos locais,
das que 1609 foron
novas altas

Premios



- Comercio do ano
- Atención ao cliente
- Premios Solidariedade Onda Cero

- WIR 2024 (CEO, Rosa Carabel)
- Premio á nosa marca propia por
«Salute to Excellence Awards»



03

A nosa esencia

Ser EROSKI

A nosa cultura corporativa

En EROSKI, apostamos pola responsabilidade porque somos conscientes do impacto do noso negocio e buscamos a sustentabilidade nas nosas accións.

Asumimos o compromiso porque nos esforzamos por xerar valor e mellorar a calidade de vida dos nosos grupos de interese. Defínenos a honestidade, porque cremos que a transparencia xera confianza, credibilidade e solidez.



Misión

Somos unha agrupación de tendas de alimentación e a nosa misión principal é xerar resultados empresariais actuais e futuros para:

- Crear riqueza na contorna.
- Satisfacer as persoas consumidoras e traballadoras.
- Fomentar unha boa alimentación.

En EROSKI, guiámonos por valores cooperativos e cremos na xestión participativa e na colaboración no traballo.

Visión

Seremos a tenda preferida para as persoas consumidoras, traballadoras e a súa contorna.

Por facilitar produtos de calidade a bos prezos, por fomentar unha alimentación saudable, local e sostible; por ofrecer un proxecto que ilusiona ao equipo fundamentalmente feminino, e que reflectirá en todo momento os nosos valores cooperativos.

Valores



Responsabilidade económica, social e ambiental

Xeramos resultados para apoiar o proxecto socioempresarial e xerar riqueza en cada contorna. Queremos unha repartición solidaria e sostible medioambientalmente.



Cooperación

Somos propietarios e protagonistas, o que supón traballar en «algo propio» e considerar traballar en EROSKI como un proxecto conxunto.



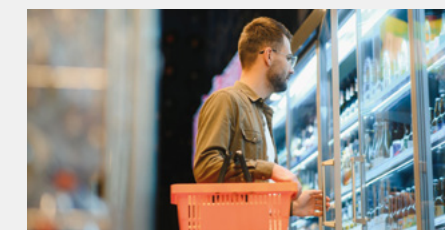
Compromiso consumidor

Estamos comprometidos non só cos socios clientes, senón tamén cunha visión máis ampla do consumidor como cidadán ao que queremos servir e satisfacer. Ofrecéndolle bos produtos e prezos, escoitándoo para mellorar.



Participación

É un dereito e unha obriga dos socios. É un compromiso pola xestión empresarial e social, que implica a autoesixencia, a responsabilidade conxunta e a busca da mellora continua baseada na autoxestión.



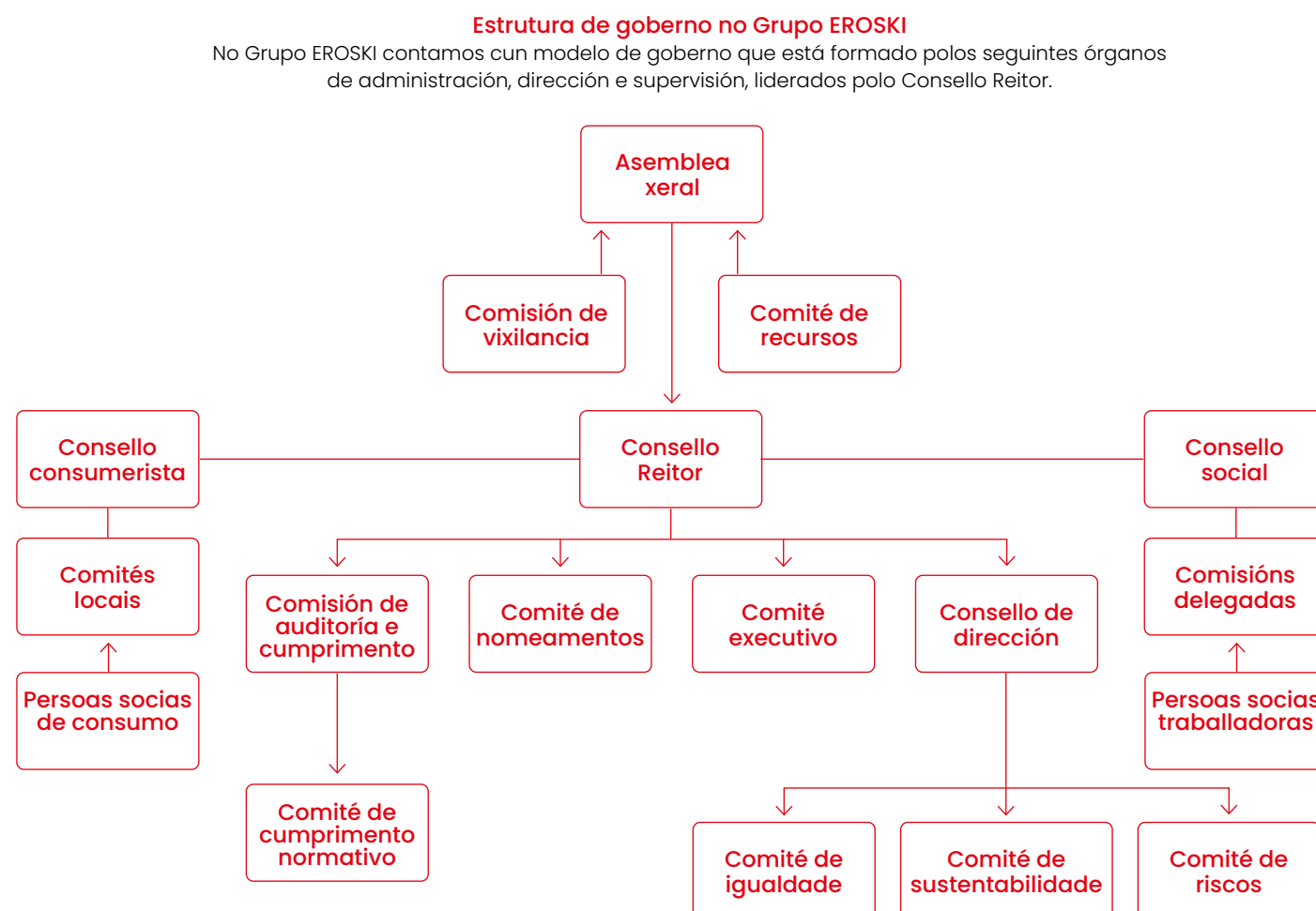
Confianza

Impórtannos as relacións baseadas na honestidade e a sinxeleza. A transparencia é a nosa forma de traballar entre persoas.



Innovación

Cremos nunha actitude de apertura ao cambio, na busca permanente de melloras e, sobre todo, en ofrecer aos clientes o que necesitan, como modo de progresar na empresa e na sociedade.



Modelo de negocio: unha rede de tendas dinámica e con varios formatos.

Contamos cun modelo de empresa con varios formatos deseñado para satisfacer as diferentes necesidades da nosa clientela. Así, a nosa oferta abrangue unha ampla gama de necesidades, que van desde a alimentación (o noso negocio principal), ata as gasolineiras, tendas de produtos deportivos, ópticas e seguros.

Actualmente, contamos cunha rede comercial omnicanle de 1502 establecementos que conforman unha superficie comercial de 1,13 millóns de metros cadrados e 6 tendas en liña.



1502
establecementos
60 novas tendas
7 propias
53 franquizadas



1420
de dominio
alimentario



1,13 millóns de m²
establecementos
físicos



6
tendas
en liña

Número de tendas físicas do Grupo EROSKI e as súas franquías por negocio a 31 de xaneiro de 2025

	Propias	Franquías	Total
Hipermercados	36	0	36
Supermercados	724	604	1328
Cash&Carry	16	0	16
Gasolineiras	40	0	40
Ocio e deporte	64	1	65
Ópticas	11	0	11
Total	891	605	1496

Número de supermercados do Grupo EROSKI e as súas franquías por marca

	Propias	Franquías	Total
EROSKI Center	183	2	185
EROSKI City	292	331	623
ALIPROX	0	106	106
ONDA	0	1	1
FAMILIA	78	0	78
RAPID	1	53	54
CAPRABO	170	111	281
TOTAL	724	604	1328

Tamén temos liñas de negocio e varias marcas e formatos comerciais que se adaptan ás zonas xeográficas específicas onde operamos para satisfacer as necesidades e expectativas das persoas consumidoras.

Distribución dos establecementos físicos por comunidade autónoma



EROSKI

Chegamos a máis de 600 establecementos franquizados. Irkus Sainz de Murieta, franquiado de EROSKI, recibe **O PREMIO AO MELLOR FRANQUIADO DO ANO** outorgado pola Asociación Española de Franquiadores (AEF).

Caprabo

Celebra o seu 65 aniversario. Caprabo naceu na cidade de Barcelona no ano 1959. A súa primeira tenda instalouse na rúa Sant Antoni Maria Claret, en concreto no número 318, onde aínda está aberta e luce o seu distintivo logotipo azul.

Vegalsa

Cambio na dirección xeral. Joaquín González cedeu a dirección a José Manuel Ferreiro, que desde o 1 de febreiro de 2024 é o novo director xeral de Vegalsa-Eroski.
Autoservicios Familia celebra o seu 30 aniversario. En 2024, a nosa marca Autoservicios Familia celebrou o seu 30 aniversario, consolidándose como referente na distribución alimentaria de proximidade cunha excelente relación calidade-prezo.

FORUM SPORTS

Na liña do traballo que realizamos cos excedentes alimentarios, desde fai anos doamos a entidades sociais os artigos de consumo non alimentarios, como roupa e calzado en perfectas condicións de uso, que retiramos da venda, por exemplo, polos cambios de tempada da gama. FORUM doou 1568 quilos de roupa e accesorios deportivos á Cruz Vermella de Biscaia.

Conectando experiencias, simplificando compras: *Omnicanle*

Seguimos a apostar firmemente pola estratexia omnicanle, esforzándonos para que a nosa clientela goce dunha experiencia única e diferenciada en calquera canle de compra. Traballamos para que os nosos servizos dixitais sexan máis accesibles, intuitivos e cómodos, eliminando as barreiras entre as canles físicas e as dixitais. O noso obxectivo é mellorar a experiencia de compra e ofrecer todas as opcións para que cadaquén escolla a que mellor se adapte ás súas necesidades e preferencias.

Datos do *ecosistema dixital*



6 tendas en liña

negocios de alimentación, material deportivo e seguros



31 puntos

Click&Drive



72 puntos

Click&Collect



4

Armarios intelixentes



EROSKI obtén cinco galardóns nos premios ao Comercio do ano

Por oitavo ano consecutivo, os consumidores escolleron a EROSKI como o mellor supermercado en liña.

Por segunda vez, EROSKI recibiu o premio na categoría de «Mellor comercio do ano» en «Produtos frescos» e «Hipermercados».

Tamén recibiu o premio «Mellor comercio do ano» nas categorías de supermercados de proximidade e de franquías.

Escolleron ao asistente virtual do supermercado en liña de EROSKI como un dos seis casos de innovación en IA xerativa do ano no «Global Innovation Day 2024» de innobasque.

Gama de calidade: *as nosas marcas, a nosa mellor referencia*

As nosas marcas EROSKI reflicten a nosa aposta pola alimentación saudable, o produto local e a sustentabilidade, contribuíndo ao noso posicionamento no mercado.

En 2024, incorporamos un total de 451 novas referencias de marca propia. En EROSKI, demos un impulso ás nosas marcas propias, revisando a gama, que xa supera os 5600 produtos totais, e ofrecendo máis promocións e descontos.

Así, o peso da marca propia no exercicio superou o 36 % no sector alimentario.



Reformulamos a ficha técnica de moitos produtos das nosas marcas baseándonos no Nutri-Score. Como resultado deste labor, en 2024, o 63 % da nosa gama de marca propia obtivo unha valoración Nutri-Score A, B ou C.

Descrición		2024
	Unha ampla gama de produtos que ofrece todo o que necesitas coa garantía da mellor relación calidade-prezo.	3334
	Produto de consumo cotián, para todos os días, con todas as garantías de calidade de EROSKI a un prezo máis baixo.	247
	O mellor do mellor. Produtos probados polo Basque Culinary Center.	194
	Produtos frescos de producións máis responsables con todo o sabor, total rastrexabilidade e calidade controlada, das mellores orixes e no seu mellor momento.	405
	Nova marca lanzada en 2020 para produtos con certificación ecolóxica, que garante que se produciron nas mellores condicións de protección medioambiental.	77
TOTAL		5603

Descrición		2024
	Nova marca lanzada en 2022 para produtos con selo V-Label que garanten que son aptos para as persoas veganas.	13
	Produtos de cosmética, hixiene e coidado persoal sen parabenos nin triclosán, dermatolóxicamente probados e ao mellor prezo.	332
	Roupa e calzado con deseños propios e a mellor relación calidade-prezo.	905
	Roupa e equipamento deportivo con deseños propios e a mellor relación calidade-prezo.	78
	Aparellos electrónicos e electrodomésticos con diferentes niveis de funcionalidade e a mellor relación calidade-prezo.	18



04

Os nosos compromisos e eixes estratéxicos

Modelo comercial *‘contigo’*

Guiados por uns valores que reflicten as nosas fortes conviccións cooperativas, cremos que se pode facer empresa dunha forma diferente e que a participación e a colaboración son o inicio de todo. Con esta base, e coa misión de fomentar unha boa alimentación, satisfacer as persoas consumidoras e traballadoras, e seguir medrando mentres xeramos riqueza na nosa contorna, desenvolvemos o noso modelo comercial «contigo».

Queremos ser a tenda preferida para as persoas consumidoras, traballadoras e a súa contorna. Comprometémonos a ofrecer unha cesta variada e de calidade, pero a prezos accesibles. Para conseguilo, facemos un esforzo constante e permanente ao ofrecer produtos de todas as marcas de confianza a bos prezos, tanto para as nosas marcas propias como para marcas de diversos fabricantes referentes no mercado. Configuramos esta ampla gama apoiando a produción local e fomentando

unha alimentación saudable baseada en produtos frescos. Ofrecemos calidade tamén na experiencia que recibe cada persoa, con tendas próximas e cunha atención e proposta de aforro personalizadas.

Este modelo estratéxico integra a nosa visión e compromisos nestes ámbitos en todas as unidades de negocio, así como na relación que temos coa nosa clientela e outros grupos de interese.

En 2024, continuamos avanzando nos eixes de posicionamento estratéxicos que conforman o noso modelo de negocio:

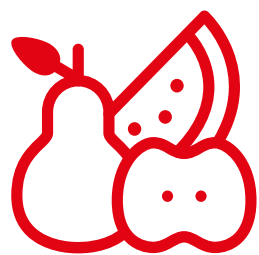


Coidamos a *saúde*. Priorizamos os produtos *locais*. Garantimos o *aforro*.

Traballamos para fortalecer a oferta de produtos locais, fomentar unha alimentación saudable e sostible a prezos accesibles e contribuír á riqueza e ao desenvolvemento social das comunidades nas que operamos.



A nosa aposta pola alimentación *saudable*



**ALIMENTACIÓN
SAUDÁBEL**



En EROSKI, os produtos frescos son a base da nosa oferta e o ADN do que para nos é unha alimentación saudable. Cada día traballamos para ofrecer froitas, verduras, carnes e peixe da mellor calidade, garantindo a súa frescura dende a orixe ata as mesas dos nosos clientes. Apostamos por provedores locais, sustentabilidade e prezos xustos, porque sabemos o importante que é unha alimentación equilibrada. Ademais, comprometémonos coa seguridade alimentaria, un pilar fundamental da nosa estratexia para proporcionar opcións saudables e de confianza. Queremos que a nosa clientela goce do mellor, coa tranquilidade de que cada produto que levan á súa casa cumpre cos máis altos estándares de calidade.

31 720

persoas beneficiáronse do noso servizo de información nutricional EKILIBRIA.

31 595

controis analíticos, tanto químicos, físicos, microbiolóxicos como xenéticos.

63 %

da nosa gama de marca propia obtivo unha valoración Nutri-Score A, B ou C.

248

produtos sen glute.

213 629

alumnos participaron no noso Programa educativo sobre alimentación e hábitos saudables (PEAHS).



Nutri-Score: Cara a unha cesta da compra máis saudable e consciente

En EROSKI, a implantación do Nutri-Score nos nosos produtos busca facilitar a elección para os nosos consumidores de forma responsable e saudable. Esta etiquetaxe frontal homoxénea permite comparar con sinxeleza e claridade os produtos de distintas marcas que compiten no mesmo andel. Desta forma, queremos que cada persoa poida tomar decisións máis informadas e levar para a casa produtos con mellor composición nutricional, fomentando unha cesta da compra máis saudable.

Co tempo, esperamos que os produtos con mellores cualificacións Nutri-Score gañen protagonismo e despracen aos que teñen unha peor composición nutricional.

Ademais, a implementación do Nutri-Score impulsa aos fabricantes e distribuidores a mellorar a calidade nutricional dos seus produtos. Ao ofrecer información obxectiva e doada de entender, xérase unha competencia que motiva a mellora continua das gamas

de produtos. O resultado é un andel máis saudable, con produtos que melloran tanto o seu perfil nutricional como a súa calidade global. Esta iniciativa tamén permitiu que a proposta comercial evolucione, permitindo a reformulación de produtos ou mesmo a eliminación dos que non cumpren as expectativas nutricionais.

1710

produtos de marca propia posúen a etiquetaxe Nutri-Score.

63 %

da nosa gama de marca propia obtivo unha valoración Nutri-Score A, B ou C.

NUTRI-SCORE


O noso modelo de xestión da calidade asegura que cada produto que chega aos nosos clientes cumpre os controis de seguridade máis estritos.



Rastrexabilidade:

Seguimento completo dos nosos produtos.



Control exhaustivo:

Supervisión rigorosa dos produtos que ofrecemos, sobre todo os da nosa marca propia.



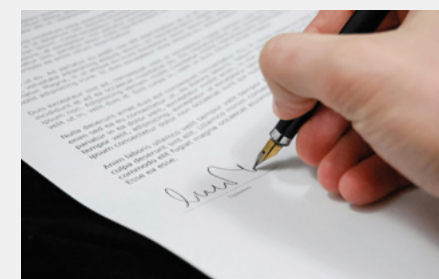
Homologación de provedores:

Selección e validación de provedores, con especial atención aos produtos de marca propia.



Avaliación constante:

Análise continua das nosas tendas e plataformas para garantir a súa calidade.



Atención ás reclamacións:

Seguimento detallado das queixas e comentarios dos nosos clientes.



Xestión rápida e eficiente das alertas de seguridade alimentaria:

Resposta áxil ante calquera situación que poida comprometer a seguridade dos nosos produtos.

915

auditorías de calidade

11

auditorías de plantas de produción de provedores doutras marcas

315

auditorías en plantas de produción de provedores de marca propia.

Aprender a comer ben desde pequenos



Programa educativo sobre alimentación e hábitos saudables (PEAHS)

A educación é a base para avanzar cara a unha nutrición máis saudable, que evite problemas de saúde nos nenos e nenas. No Grupo EROSKI, damos moita importancia aos programas educativos co obxectivo de fomentar unha alimentación e hábitos de vida saudables. Por iso, estamos presentes nos centros escolares para divulgar pautas para unha mellor nutrición mediante diferentes iniciativas.

213 629
estudantes

2352
colexios de
todo o estado

Enerxía para medrar

O obxectivo deste programa da Fundación EROSKI é enfrontar as altas taxas de obesidade infantil e divulgar entre os nenos e nenas hábitos saudables de nutrición.

Entre maio e setembro de 2024 realizouse a **«Enquisa sobre hábitos de alimentación aos alumnos de primaria»**, na que se fixo unha enquisa a **2126 nenas e nenos** de entre 8 e 12 anos en nove comunidades autónomas do norte de España. A enquisa aborda tres ámbitos clave: o familiar, os referentes externos en materia de alimentación, a comida e as emocións. Os seus resultados, que se presentan no marco da celebración do 50 aniversario de Consumer EROSKI, revelan que, aínda que a maioría dos alumnos de primaria afirma participar na compra e na preparación de alimentos, persisten problemas, como evitar o consumo frecuente de alimentos pouco saudables e reducir a influencia das pantallas durante as comidas.

Compromiso educativo Velgasa-EROSKI

VEGALSA-EROSKI tamén ten outros obradoiros, como «Visita o teu súper», para fomentar hábitos de vida saudables e a compra responsable, e «Mates no teu súper», onde se realiza unha visita á tenda para que os nenos e as nenas aprendan a facer a compra.

+2600
alumnos
participaron

107
obradoiros

CAPRABO ás aulas

Escolle o bo, escolle o saudable: CAPRABO xunto aos máis pequenos. Este é o programa de CAPRABO para unha educación en alimentación saudable que está destinado a menores de entre 2 e 12 anos, e que en 2024 celebrou o seu 15 aniversario. O programa baséase no decálogo de compromisos de saúde e sustentabilidade de CAPRABO e conta co apoio de expertos dietistas-nutricionistas, pedagogos e mestres. O obxectivo é axudar a fomentar unha alimentación saudable por todas as etapas do desenvolvemento dos nenos e nenas.

En 2024, realizáronse, igual que en cursos precedentes, obradoiros para alumnos de primaria nas tendas CAPRABO, impartidos por nutricionistas, e outros guiados polos propios docentes do colexio, que anteriormente recibiron os materiais necesarios para impartir o obradoiro.

+5900
nenos e nenas
participaron

286
obradoiros

Consumer EROSKI: O noso *proxecto de información* *consumerista* cumpre 50 anos

Consumer EROSKI é o noso portal de información para o consumidor, no que nos comprometemos coa promoción de hábitos de vida saudables, consumo sostible, conservación do medio ambiente e os dereitos do consumidor.

As persoas consumidoras enfróntanse a unha multitude de decisións no seu día a día, desde que produtos mercar ata que servizos contratar. En Consumer EROSKI, esforzámonos por ofrecerlles ferramentas e coñecementos que lles permitan tomar decisións informadas.

En 2024, a revista Consumer EROSKI cumpriu 50 anos, todo un fito para un medio de

comunicación nestes tempos. Ao longo deste medio século, seguiu a ser unha fonte de información que mantén a súa identidade: veracidade, rigor, independencia editorial e utilidade para a toma de decisións. O 21 de novembro realizouse no Palacio de Congresos Kursaal de San Sebastián o evento público para celebrar o aniversario da revista, ao que asistiron máis de 500 convidados.



Saúde para todos, satisfacemos as necesidades de alimentación especiais

No noso propósito de atender ás persoas con necesidades de alimentación especiais, avanzamos para ofrecer un mellor servizo ás persoas con enfermidade celíaca.

En 2024, renovamos os convenios de colaboración con asociacións de persoas con enfermidade celíaca do País Vasco, A Rioxa, Cataluña, Navarra e as Illas Baleares. En total, 2669 socios destas cinco asociacións beneficiáronse en 2024 destes convenios, que inclúen, entre outras vantaxes, un 20 % de desconto na compra de máis de 200 referencias elaboradas especificamente sen glute. Ademais, iniciamos os pasos para establecer un convenio similar en 2025 coa Asociación de celíacos de Galicia.

Ademais, como noutros anos, colaboramos patrocinando iniciativas de asociacións no **Día Internacional da Enfermidade Celíaca**, o 16 de maio, e o Día Nacional do Celíaco, o 27 de maio.

En CAPRABO, realizamos durante todo o mes de maio diferentes accións de sensibilización coa Associació Celíacs de Catalunya, como un sorteo de produtos sen glute da nosa marca propia ou un concurso nas redes sociais sobre a celiaquía e a alimentación sen glute.

Ademais, contamos con...

248
referencias
sen glute

117
referencias
sen lactosa

40
referencias
sen leite

3
referencias
sen ovo

A nosa aposta pola riqueza e a contorna local

O noso compromiso coas comunidades nas que operamos vai máis alá da nosa simple presenza nelas, buscamos de forma activa contribuír ao desenvolvemento e fortalecemento da economía rexional. Para logralo, fomentamos a colaboración con provedores locais, apoiando a produción e o consumo de produtos autóctonos. Esta colaboración fomenta o crecemento económico local, crea empregos e promove a sustentabilidade dos ecosistemas produtivos próximos. En EROSKI, traballamos para xerar un impacto positivo nas comunidades e apoiamos ás persoas que, co seu esforzo e dedicación, enriquecen e dan vida aos seus respectivos territorios.

2563

produtos con
DOP ou IXP

1609

novas altas de
produtos locais
e rexionais

154

produtos de conservas
con DOP ou IXP
(vexetais, aceites,
legumes e arroz)

Máis de
265

produtos cárnicos
con IXP

Máis de
1167

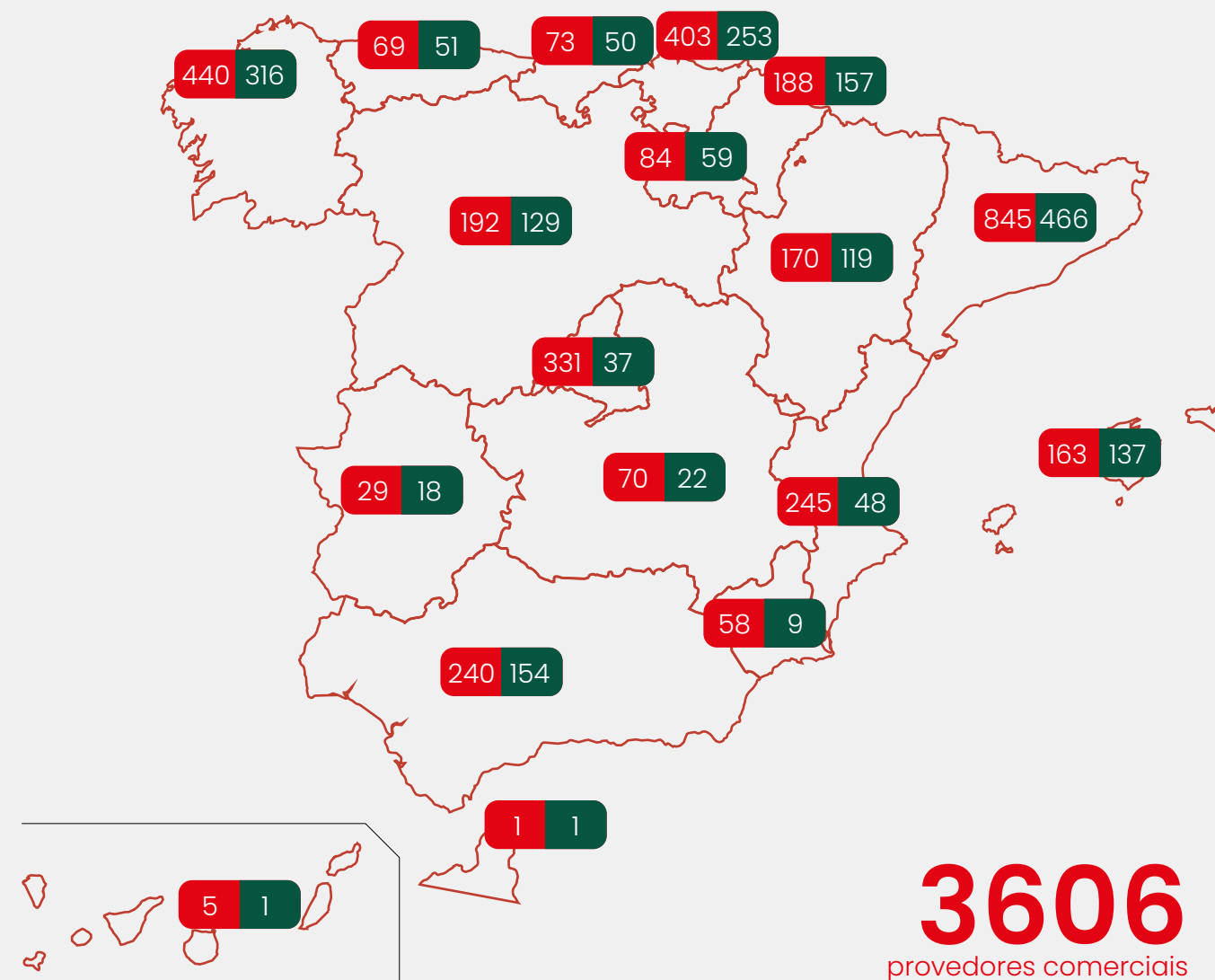
produtos con
marcas de calidade
diferenciada como
Eusko Label, Reyno
Gourmet ou Tierra
de Sabor



**RIQUEZA
LOCAL**

Na actualidade, o 93 % dos nosos provedores comerciais (3606) son nacionais e, destes, máis da metade (o 56,2 %) son produtores locais (normalmente pequenas e medianas empresas agroalimentarias).

Consideramos provedores locais dunha comunidade autónoma aos provedores que, establecidos nela, nos proporcionaron produtos rexionais ou locais, é dicir, que só se comercializan nesa comunidade autónoma (consumo de proximidade).



3606

provedores comerciais
(EROSKI + Forum)

2027

pequenos produtores
agroalimentarios



Provedores comerciais



Produtores agroalimentarios locais

Programa de acompañamento aos *produtores locais*

En 2022, puxemos en marcha o Programa de acompañamento aos produtores locais como parte do noso compromiso coas nosas empresas proveedoras e coa contorna, e ampliouse progresivamente a outras rexións: Galicia en 2023, e Aragón e Navarra en 2024. En total, máis de 350 empresas participan de forma activa nel. Esta iniciativa busca, desde o diálogo e a mellora continua, facilitar a sustentabilidade do sector agroalimentario local, cun apoio especial aos produtores máis pequenos. Os seus obxectivos principais son:

Reforzar o coñecemento e a colaboración coas empresas proveedoras locais do Grupo EROSKI.

Ofrecer formación e apoio á nosa cadea de valor para avanzar xuntos cara a sistemas de produción máis sostibles.

Acompañar e guiar cara a unha maior calidade dos produtos.

Conseguir unha maior transparencia cos nosos grupos de interese, en especial coas persoas consumidoras, sobre a sustentabilidade dos nosos produtos e da nosa cadea de valor.

En total, máis de 350 empresas participan de forma activa no Programa de acompañamento aos produtores locais.



Compartimos información trimestralmente coas empresas proveedoras participantes acerca da formación que ofrecen entidades locais como clústeres e administracións públicas, e que en 2024 sumaron 80 actividades de formación.

Por exemplo, en 2024, ofrecémoslles por segundo ano consecutivo participar no programa de formación **Provedores sostibles do Pacto Mundial**. Grazas a iso, 33 provedores afondaron nos seus coñecementos sobre dereitos humanos, normas laborais, medio ambiente, loita contra a corrupción e desenvolvemento sostible, cun total de máis de 1000 horas de formación impartidas. Así mesmo, en 2024 finalizamos o **proxecto de innovación Ingurulabel**, financiado coas

axudas Pyme Circular de Ihobe, Axencia Vasca de Medio Ambiente, no que sete empresas proveedoras do País Vasco calcularon a pegada ambiental dos produtos da nosa marca propia, co obxectivo de definir melloras nos seus procesos e poder comunicar mellor os seus impactos ás persoas consumidoras.

Ademais, desenvolvemos contidos específicos con estas entidades para construír unha folla de ruta de formación continua durante o ano. Así, en 2024 chegamos a acordos co **Pacto Mundial**, o **Basque Ecodesign Center**, o **Basque Food Cluster**, e **Clusaga**, o clúster alimentario de Galicia, para desenvolver con cada un deles accións de formación para a cadea de valor durante 2025.

Xunto aos nosos *provedores*

Bilbao, abril del 2024

Máis de 300 provedores no *Palacio Euskalduna* para compartir ideas e metas.

En EROSKI reunimos en Bilbao a provedores e representantes do País Vasco e de todo o territorio nacional para presentar as liñas estratéxicas que guiarán o noso plan para os seguintes tres anos. Durante o encontro, ao que asistiron o conselleiro de Industria e Turismo e o viceconselleiro vasco de Agricultura, reafirmamos o noso compromiso coa creación de valor local, a sustentabilidade e a innovación. Todo isto co obxectivo de «**Crear e medrar**» xunto ás persoas que forman parte da nosa cadea de valor..



Barcelona, xuño de 2024

Caprabo: 65 anos, o momento para compartir as claves estratéxicas e reforzar o noso compromiso.

Aproveitamos a celebración do noso 65 aniversario para compartir con máis de 400 marcas líderes, produtores locais e cooperativas as nosas novas prioridades estratéxicas. O obxectivo que nos marcamos é reforzar a nosa competitividade e eficiencia, consolidando un modelo de supermercado único, diferenciado e comprometido co produto de proximidade. O encontro, celebrado no IESE de Barcelona, contou cunha destacada representación institucional e reafirmou o noso papel como axente clave para o desenvolvemento económico e social de Cataluña.

A Coruña, maio de 2024

10.º encontro coa industria alimentaria.

O 24 de maio de 2024 celebraremos o X Encontro coa industria alimentaria, un evento de carácter bienal no que reunimos a 350 representantes de empresas, denominacións de orixe, cooperativas agrarias e institucións do sector agroalimentario.

Co lema «Benvidos ao futuro», relatores e directivos da empresa repasaron o valor da sustentabilidade, a soberanía alimentaria e a cooperación.



Palma, outubro de 2024

Local e balear. Así foi o noso evento EROSKI con máis de 150 provedores.

En outubro de 2024, EROSKI reuniu en Palma a máis de 150 provedores locais, asociacións sectoriais e institucións das illas para presentar as nosas liñas estratéxicas para o período de 2024-2026. Compartimos a nosa aposta decidida polo produto local, o investimento previsto de 56 millóns de euros nas Illas Baleares e os avances da analítica avanzada aplicada á promoción comercial. Cun modelo de empresa único, presentamos un plan orientado a «**Crear e medrar**» de forma sostible, salientando a mellora da gama, a experiencia de compra e o aforro para as familias.

O local é cultural

En Grupo EROSKI comprometémonos co fomento da cultura e coa preservación das tradicións. Por iso o noso compromiso co desenvolvemento local tamén considera o valor das linguas locais, do ocio e da cultura.

Apoio ás linguas locais

As linguas locais son unha parte básica do patrimonio cultural das comunidades da nosa contorna. Por iso, no Grupo EROSKI comprometémonos a promocionalas e difundilas. De feito, dende hai décadas somos a única empresa de distribución que ofrece a etiquetaxe dos seus produtos de marca propia tanto en castelán como en éuscaro, así como no resto de linguas oficiais. Tamén apoiamos diversas iniciativas externas que fomenten o seu uso.

Neste sentido, as nosas revistas Consumer EROSKI, EROSKI Club e Sabor-CAPRABO tamén se poden ler nas linguas oficiais dos territorios nos que operamos.

ÉUSCARO

No caso do éuscaro, participamos na **Feira do Libro e do Disco Vasco de Durango** (Durangoko Azoka), a máis destacada do calendario no ámbito da promoción da lingua vasca e na que estamos presentes dende hai décadas.

Tamén colaboramos coas principais actividades de promoción do éuscaro no sector educativo de cada territorio (**Ibilaldia, Araba Euskaraz, Kilometroak, Herri Urrats, Nafarroa Oinez e a Festa da escola pública vasca**).

GALEGO

En Galicia tamén valoramos a cultura e a lingua da rexión apoiando todas as iniciativas que están moi vinculadas á sociedade galega. Por exemplo, en VEGALSA-EROSKI celebramos o **Día das Letras Galegas** cunha homenaxe a Luísa Villalta. En 250 establecementos colgáronse carteis conmemorativos desta autora, que deseñou o alumnado do CEIP Raquel Camacho (A Coruña). Ademais, fixemos unha tirada especial de máis de 1,5 millóns de bolsas de caixa para as tendas EROSKI e FAMILIA.

Accións que deixan *pegada*

Ocio e cultura

No Grupo EROSKI favorecemos o ocio e a cultura das persoas consumidoras mediante distintos patrocinios, como o do **festival cultural Musikaire**, que se celebra cada ano en Elorrio, onde se sitúa a nosa sede social.



País Vasco

Colaboramos con:

- Carreiras e actividades populares, como a **Subida a Artxanda**.
- Desde FORUM organizamos un ano máis a **«Kosta Trail»**, un evento de carreira e sendeirismo que reúne a 4000 participantes e que se desenvolve de xeito respectuoso coa natureza. O importe recadado coas inscricións doouse á Fundación GaituzSport, unha entidade que impulsa no País Vasco a actividade física e o deporte entre as persoas con discapacidade de forma inclusiva.
- Participación en **«WOP Challenge»**, unha aventura deportiva de remudas por equipos cun desafío social colectivo de recadar fondos para loitar contra as enfermidades raras.



Galicia

En VEGALSA-EROSKI:

- Mantemos a Cátedra VEGALSA-EROSKI UDC de Compromiso Social, Comunicación e Reputación Corporativa, que busca fomentar unha comunicación con compromiso que se apoia na promoción das industrias culturais galegas, nesta ocasión desde o cinema coa iniciativa **«O Cinema dende o Compromiso»**.
- Mantivemos o noso apoio un ano máis aos festivais galegos, como o **«Morriña Fest»**, **«Resurrection Fest»**, **«Armadiña Rock»** ou o **«Caudal Fest»**.
- Somos patrocinador oficial do proxecto de intercambio de artes escénicas **Camino Escena Norte (CEN) 2024**, que se centra en fomentar os intercambios escénicos, artísticos e profesionais en 60 sedes de Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco e Navarra.
- Desde o proxecto informativo Consumer EROSKI, temos unha **Guía práctica do Camiño de Santiago**, que é un referente na materia, con información útil sobre os camiños oficiais e as súas etapas.



Cataluña

Como facemos cada ano, o programa **CAPRABOSport**, que colabora con clubs de afeccionados co obxectivo de fomentar hábitos saudables, como practicar deporte.

- Repetimos a nosa colaboración coas carreiras inclusivas **«Runki»** e **«Enki»** que promove a Fundación ENKI.
- Fomos patrocinador oficial do **XI Festival Mar de Mares**, que se centra na sensibilización e educación dos máis pequenos sobre a riqueza do mar, así como a necesidade de coidalo e preservalo para garantir un futuro sostible, mediante actividades lúdicas na Coruña. Como parte do festival, participou na V Gran Limpeza de Fondos para retirar o lixo dos ecosistemas mariños galegos.

A nosa aposta polo *aforro*

En 2024, co obxectivo de ofrecer unha ampla gama de produtos de calidade a bos prezos, continuamos cunha política de redución de prezos que, xunto co plan de eficiencia da organización, nos permitiu seguir a mellorar os nosos resultados. As **ventas brutas de** distribución do Grupo EROSKI acadaron os 5885 millóns de euros, unha cifra que reflicte un **crecemento do 2,7 %** con respecto á do exercicio anterior.

Durante o pasado exercicio, **transferimos ao mercado aforros por un importe de case 408 millóns de euros** mediante diversas iniciativas comerciais, ofertas, descontos personalizados e exclusivos vinculados aos nosos clubs de fidelidade, así como plans de aforro e beneficios específicos para as familias.



**BO
PREZO**



Redución de prezos

Durante o primeiro semestre de 2024, reducimos os prezos de máis de 5700 produtos en categorías como alimentación, limpeza e aseo persoal, o que xerou un aforro acumulado de máis de 33 millóns de euros para os nosos clientes. Destes aforros, máis de 17 millóns de euros corresponderon á redución de prezos de 1100 produtos da nosa marca propia.

1100

produtos de marca propia
reduciron o seu prezo

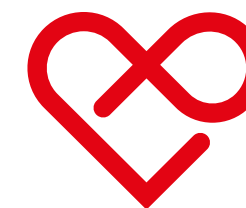


«Sempre bos prezos»

Para seguir facilitando o aforro das familias, lanzamos a iniciativa «Sempre bos prezos».

408 M €

de aforro transferido ás familias mediante diferentes iniciativas comerciais, ofertas e descontos personalizados



Promocións durante o Nadal

Coas promocións durante o Nadal de 2024, destinamos 22 millóns de euros a ofrecer descontos especiais en produtos clave.

22 M €

destinados a promocións durante o Nadal



Contamos con programas de fidelidade, como EROSKI Club, que ofrece aos seus socios descontos exclusivos cos que aforrar e simplificar as súas compras.

Durante este exercicio, incorporáronse a Eroski Club 283 563 novos socios, cun total de 6,4 millóns de socios para 2024.

6,4 M

socios EROSKI Club

A nosa aposta pola *sustentabilidade*

Mellora dos produtos coas *nosas empresas proveedoras*

Para cumprir co noso compromiso coa sustentabilidade, cremos que é fundamental colaborar con empresas proveedoras responsables e que estean aliñadas cos nosos principios, e poder así reforzar o factor ambiental da nosa oferta. Traballamos para que os procesos produtivos, desde a orixe das materias primas ata as operacións de transformación, manipulación e xestión de residuos, reduzan o seu impacto ambiental.

+1000

produtos ecolóxicos dentro da nosa oferta comercial.

512

produtos con certificacións de benestar animal como **Welfair®** ou as certificacións propias de Eusko Label e INTIA.

399

produtos da nosa marca EROSKI Natur, que inclúen certificacións como Global G.A.P., Producción Integrada ou de benestar animal.

384

produtos con selo FSC®, PEFC ou SFI.

28

produtos Belle NATURAL posúen a certificación COSMOS Natural de ECO-CERT.

Contamos con máis de 2200 referencias na nosa gama de produtos con algún selo externo de sustentabilidade.

Deseño ecolóxico dos nosos envases e embalaxes

No Grupo EROSKI abordamos a mellora dos nosos envases e embalaxes con dúas metas: mellorar a súa circularidade para que se poidan reutilizar ao final da súa vida útil e minimizar a contaminación por plásticos que sofre o noso planeta.

Con base a estas dúas perspectivas, traballamos de forma integral, implementando medidas que abranguen tanto as bolsas de caixa como as embalaxes de envasado nas tendas, e os envases da nosa marca propia. Facémolo aplicando a xerarquía de

residuos, dándolle prioridade á prevención e á reutilización, ademais de traballar desde o deseño para mellorar a capacidade de reciclaxe e potenciar o uso de materiais de orixe renovable ou reciclado.

Bolsas de caixa

Fomentamos a reutilización das bolsas de caixa entre as persoas consumidoras.

Redución do 21 % no número de bolsas comercializadas en 2024 con respecto a 2018, o ano anterior a producirse o cambio de bolsas.

Isto supón consumir ao ano 702 toneladas menos de materiais que antes. Respecto ao plástico tradicional en concreto, reducimos á metade o seu consumo desde 2018, evitando utilizar 976 toneladas dese material ao ano.

702 toneladas

menos de materiais consumidos

Embalaxes de envasado nas tendas

Desde o Grupo EROSKI facilitamos aos clientes o uso de envases reutilizables nas nosas seccións de produtos frescos. En concreto, permitimos o uso dos seus propios envases, como friameiras nas seccións de carnizaría, chacinaría e peixaría, ou a nosa bolsa de malla reutilizable para a compra de froitas e verduras a granel.

Isto implica unha redución acumulada do 56 % nas unidades servidas e do 69 % das toneladas de plástico tradicional que se utilizaron desde 2018. O 80 % do material que utilizamos para as embalaxes é de orixe renovable (34 %), bioplástico (29 %) ou reciclado (17 %).

Envases de marca propia

Desde a creación da nosa marca propia, traballamos para mellorar os envases dos nosos produtos.

A primeira medida que sempre tentamos implementar é a eliminación do envase e, como consecuencia, impulsamos a venda de produtos frescos a granel. **Así, aproximadamente o 60 % das nosas froitas e verduras véndense sen envase** e noutras seccións a porcentaxe de produtos a granel é aínda maior, como na peixaría, onde superamos o 85 %.

Neste contexto, deseñamos de forma ecolóxica 216 envases da nosa marca propia en 2024, chegando a 617 desde 2020. Grazas a todas estas medidas, reducimos a proporción de gramos de plástico tradicional por unidade de marca propia nun 13,8 % con respecto ao ano 2020, o que supón evitar 1008 toneladas de plástico tradicional ao ano.

1008 toneladas

menos de plástico

En 2024, deseñamos de forma ecolóxica 216 envases da nosa marca propia, chegando a 617 desde 2020.

Envases *loxísticos*

Ademais dos envases e embalaxes que chegan ás persoas consumidoras, tamén traballamos coa nosa cadea de valor para mellorar os envases comerciais e de transporte.

En 2024, reutilizamos case 50 millóns destes envases: 5 241 677 palés e 44 433 939 caixas plásticas.

Desde o Grupo EROSKI levamos anos avanzando na redución das emisións de gases de efecto invernadoiro (GEI) nas nosas operacións, conforme aos nosos valores de responsabilidade ambiental, económica e social, e cos nosos 10 Compromisos coa saúde e a sustentabilidade.

Propuxémonos acadar unha redución mínima das nosas emisións do 90 % para 2050 respecto ao ano base de 2023, antes de compensar o resto de emisións. Ademais, como fito intermedio, queremos acadar unha redución do 42 % das nosas emisións para 2030 nos alcances 1, 2 e 3, respecto ao ano base 2023.



Pancas de mitigación do *cambio climático*

No Grupo EROSKI abordamos a mellora dos nosos envases e embalaxes con dúas metas: mellorar a súa circularidade para que se poidan reutilizar ao final da súa vida útil e minimizar a contaminación por plásticos que sofre o noso planeta.

Panca	Descrición das accións implementadas
Alcances 1 e 2	
Eficiencia enerxética	Implementación do novo modelo enerxético nos establecementos e plataformas do Grupo EROSKI, que incorpora iluminación LED, mobles frigoríficos, centrais de CO ₂ e sistemas de medición e control avanzados.
Refrixerantes menos contaminantes	Substitución paulatina dos refrixerantes actuais por outros con menor potencial de quecemento atmosférico, aliñados coa normativa F-gas.
Uso de enerxías renovables	Instalación de paneis fotovoltaicos nos centros.
Alcance 3	
Eficiencia enerxética	Optimización da eficiencia das operacións de transporte e incorporación de vehículos con menor consumo por quilómetro transportado.
Substitución de combustibles	Incorporación de vehículos de gas natural no transporte.
Electrificación	Instalación de puntos de recarga eléctricos nos nosos centros, así como surtidores de electricidade nas nosas gasolinerías. Incorporación de vehículos eléctricos na distribución de última milla.
Mobilidade sostible	Implementación de medidas como o traballo híbrido para reducir os desprazamentos das persoas traballadoras.
Redución no uso de recursos e medidas de economía circular	Deseño ecolóxico de envases e embalaxes, uso de solucións dixitais para reducir o consumo de papel, melloras na eficiencia no consumo de auga, prevención do desperdicio alimentario e xestión circular de residuos ao potenciar a loxística inversa.
Sensibilización e formación dos grupos de interese	Medidas de sensibilización e formación para as persoas traballadoras e consumidoras para que implementen hábitos de consumo responsable. Incorporación de etiquetaxes ambientais nos produtos que favorezan eleccións de compra máis sostibles.
Descarbonización da cadea de subministración	Incorporación na gama de produtos con certificacións de sustentabilidade. Accións para acompañar aos provedores, sobre todo aos máis pequenos, para axudarlles na súa formación e mellora continua.

En 2024, realizamos por primeira vez un cálculo completo da nosa pegada de carbono e escollemos 2023 como o ano base para os nosos obxectivos de redución baseados na ciencia. En total, reduciuse nun 9 % a pegada de carbono respecto ao ano anterior.

Tendas *innovadoras e eficientes a nivel ecolóxico*

En 2021, o supermercado Lakua-Arriaga (Vitoria-Gazteiz), o primeiro do novo modelo enerxético do Grupo EROSKI, marcou o camiño das nosas novas tendas. Neste modelo definíronse catro liñas de traballo relacionadas coa eficiencia enerxética, cada unha con distintas accións potenciais: frío, iluminación, climatización e monitorización.

Peches de mobles frigoríficos

O uso de portas permite evitar a saída do frío á sala de vendas, o que reduce considerablemente o consumo enerxético, mellora a conservación dos alimentos e incrementa a sensación de comodidade na tenda. Ademais, estas portas son innovadoras pola súa baixa condutividade térmica e a ausencia de marcos, o que permite unha visión panorámica dos produtos. **O 90 % dos centros, un 3 % máis que en 2023**, xa implementaron esta medida.

Centrais de CO₂

Mediante o uso dun sistema de CO₂, que é un refrixerante natural, obtense un maior rendemento en canto a refrixeración e redúcese unha elevada porcentaxe dos custos enerxéticos. Con este refrixerante conséguese unha maior eficiencia enerxética e un menor impacto no quecemento climático. Ademais, é máis seguro porque non é inflamable nin tóxico. Esta actuación é a máis complexa de entre as que se priorizaron debido ao alto nivel de investimento económico que require, polo que o seu avance se fará de forma progresiva nos próximos anos. **O nivel de implementación actual é do 16 %, o que supón un incremento durante o exercicio de 4 puntos porcentuais con respecto aos datos do ano anterior.**

Iluminación LED

Esta tecnoloxía permite unha redución media aproximada do 50 % no consumo do sistema de iluminación, respecto a outras tecnoloxías, ademais de ter unha maior vida útil, o que significa unha menor pegada ambiental. **O 97 % dos supermercados e hipermercados do Grupo EROSKI xa aplican esta medida**, aínda que o seu nivel de implementación na sala de vendas xa é do 100 % (falta a súa incorporación en vestiarios, oficinas, almacéns, etc.). Ademais, nos centros con achega de luz natural na sala de vendas, régúlase a iluminación, optimizando así o seu uso.

Autómata de xestión

Con este sistema de xestión, controlamos o funcionamento dos principais consumos, como a iluminación, os fornos e a climatización, entre outros, que poden quedar acesos en horarios intempestivos e durante festivos. Este sistema é capaz de inhabilitar o seu funcionamento fóra dos horarios e do calendario de apertura establecidos. **O 63 % dos centros contan xa con este sistema, o que supón un aumento de 3 puntos porcentuais con respecto a 2023.**

Submetering: dentro da xestión eficiente dos centros, cómpre medir os consumos eléctricos principais, como o consumo xeral, o frío industrial e a climatización, entre outros, de forma que se poida realizar o seguimento e o control da súa evolución. **O 70 % dos centros xa contan con este equipo de control.**

No Grupo EROSKI, traballamos para poder responder ás necesidades dos nosos clientes, ademais de cumprir cos requirimentos da normativa europea, coa instalación de cargadores de vehículos eléctricos nos nosos centros. Así, a situación actual de cargadores é de 54 prazas operativas, 62 prazas pendentes de subministrar enerxía e 289 prazas con contrato asinado para a súa próxima instalación.

Neste contexto, en 2024 pechamos un acordo marco con Iberdrola para responder a esta necesidade. Grazas a el, instalaremos 1000 puntos de recarga para vehículos eléctricos, alimentados con enerxía 100 % verde procedente de fontes renovables e cun certificado de garantía de orixe (GdO) nunhas 300 das nosas instalacións.

Loxística *sostible*

Optimización da eficiencia dos procesos de transporte

Para logralo, contamos con diferentes liñas de traballo, como poden ser a reorganización da loxística mediante o novo mapa de plataformas ou a mellora dos procesos de eficiencia para un maior incremento de enchedura dos camións e a redución do número de quilómetros, tendo en conta tamén os quilómetros en baleiro.

Neste sentido, este exercicio adaptámonos ao cesamento de actividade da nosa plataforma de frescos de San Agustín de Guadalix (Madrid), decidido en xaneiro de 2024, co obxectivo de ofrecer cada vez produtos máis frescos aos nosos clientes da forma máis eficiente posible.

Ademais, en 2024, aplicamos o sistema robótico AutoStore en Son Morro, nas Illas Baleares, que nos permitiu optimizar os nosos servizos de distribución de grocery e usar de forma eficiente os espazos. Representou un gran avance ao ofrecer un picking máis eficiente dos produtos, mellorando a precisión dos pedidos e permitindo unha mellor entrega aos supermercados.



Vehículos máis eficientes

Incorporamos vehículos con menor consumo de combustible por quilómetro e palé transportado. As nosas actuacións ao respecto son: Renovación dos vehículos da frota, eliminación progresiva dos camións máis antigos e incorporación de vehículos con motores Euro6. Así, **en 2024, o 82 % dos quilómetros percorridos foron con vehículos Euro6**, o que supón un aumento do 11 % respecto ao ano anterior.

Utilización de camións con dous tráileres para o transporte entre plataformas, que emiten menos CO₂ que os camións por separado.



A nosa rede loxística

23

plataformas
propias

10

plataformas
de terceiros

+350 000 m²

de superficie de almacén

Capacidade para
a distribución de
1 millón
de caixas ao día

A electrificación nas actividades loxísticas límitase sobre todo á distribución de última milla, para a que incorporamos progresivamente vehículos eléctricos. Así, xa contamos con dous camións eléctricos para este tipo de entregas, un en Pamplona desde 2022 e outro en Bilbao desde 2024.

Mobilidade sostible das *persoas traballadoras*

Instauramos o traballo híbrido nas sedes da organización para reducir os desprazamentos das persoas traballadoras e, polo tanto, contribuír á redución do impacto dos viaxes in itinere no alcance 3 da pegada de carbono, ademais de facilitar a conciliación da vida laboral e persoal. Tamén implementamos outras medidas, como ampliar os aparcadoiros de bicicletas e de vehículos eléctricos con puntos de carga e potenciar o uso compartido do vehículo.



Biodiversidade

Traballamos para minimizar o impacto ambiental e fomentar medidas que conserven a biodiversidade con iniciativas como a pesca sostible ou a colaboración, desde 2007, con organizacións que se centran na conservación ambiental, como WWF (**World Wide Fund for Nature**). Así, entre as nosas accións de 2024, destacan a actualización da nosa Política de pesca e acuicultura sostibles e a renovación do noso convenio marco de colaboración con WWF para o período 2024-2026.

Por outra banda, colaboramos mediante o programa Céntimos solidarios co proxecto de sensibilización cidadá «Polinizadores en folga» da Sociedade de ciencias Aranzadi e coa Fundación para a preservación de Menorca para conservar e rexenerar a contorna natural da reserva da biosfera de Menorca.

Da mesma forma, VEGALSA-EROSKI uniuse á 5.ª Gran limpeza dos fondos mariños realizada durante o 11.º Festival mar de mares e do programa RE-MAR, no que, xunto coa entidade Amicos, impulsa a educación medioambiental e a protección do espazo mariño do arco atlántico galego coa retirada de residuos da praia.

Redución no uso de recursos e medidas de *economía circular*

Nun contexto global onde a escaseza de recursos e os desafíos ambientais teñen unha maior urxencia, a nosa Política de economía circular inclúe compromisos que contribúen á transición para deixar de utilizar materias

primas virxes en favor de materiais reciclados e un abastecemento sostible que lle dea prioridade ao uso de recursos renovables.

COMERCIALIZAMOS

631

toneladas de froitas e hortalizas feas por toda a nosa rede.

14 725

toneladas de produtos cuxa percorrido comercial se acurta ao achegarse as súas datas de consumo preferente ou de caducidade.

417 098

paquetes de produtos comercializados con Too Good To Go, o que equivale a evitar o desperdicio de máis de 417 toneladas de alimentos.

Realizamos varias campañas durante o ano para ofrecer froitas e hortalizas consideradas feas polo seu aspecto ou tamaño, pero que están en óptimas condicións para o seu consumo, como parte da nosa loita contra o desperdicio alimentario. En 2024, comercializáronse un total de 631 toneladas de froitas e hortalizas feas por toda a nosa rede. Grazas a esta actuación, seleccionáronnos como finalistas para os premios da Semana europea da redución de residuos, que se resolverá en 2025.

DESTINAMOS

2600

toneladas de alimentos ao ano mediante centos de entidades sociais.

6211

toneladas de subprodutos orgánicos en materias primas para a produción de fariñas e aceites animais e pensos para alimentación animal.

RECICLAMOS

Ofrecémoslle ás persoas consumidoras puntos limpos nas nosas tendas para a recollida de pilas, aparellos eléctricos, lámpadas, roupa, aceite doméstico e tóner, entre outros produtos usados.

En 2024, asinamos un acordo de colaboración con Circularcaps, unha organización sen ánimo de lucro que está formada por 19 fabricantes de café, para reforzar este servizo aos nosos clientes.

A nosa aposta polas *persoas*

Elaboración do *Plan de Solidaridade* desde a escoita

En 2024, intensificamos o noso compromiso social mediante o noso Plan de solidariedade, recadando máis de 26 millóns de euros para apoiar a máis de 370 000 persoas en situación de vulnerabilidade. Unha das nosas iniciativas máis destacadas foi a colaboración coa Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) nas campañas de recollida de alimentos. Durante a Recollida de primavera en maio e a Gran recollida en novembro, os nosos clientes e nós doamos máis de 2000 toneladas de alimentos, que equivalen a 4,6 millóns de comidas, destinadas a persoas en risco de exclusión social.

Todas as nosas achegas contribuíron a un esforzo total de recadación total de máis de 26 millóns de euros en 2024. Algo que reflicte o noso compromiso continuo coa solidariedade e o apoio ás comunidades máis necesitadas.

Durante 2024, desenvolvemos o Plan de solidariedade para 2025 baseándonos nos comentarios de 3732 persoas, entre clientes, traballadores e cidadáns en xeral, e na valoración dos 562 proxectos presentados por 352 entidades sociais.

Distribución das contribucións para a acción social

22 285 000 €

Solidariedade e acción social

2 033 000 €

Apoio a familias e grupos con necesidades especiais

1 412 000 €

Formación e información ao consumidor

710 000 €

Cultura, ocio e contorna local

TOTAL DE MILLÓNS DE EUROS

26 440 000

Inserción laboral e innovación social

No Grupo EROSKI, mantemos e reforzamos a nosa vontade de centrarnos no traballo con colectivos en risco de exclusión social, por iso asumimos, como parte do noso compromiso, a súa integración no mercado laboral. Colaboramos cos servizos de emprego público e con centros da rede do Ministerio de Educación para incorporar, mediante a formación ocupacional, a mozos estudantes en situación de desemprego e persoas en risco de exclusión social.

Para isto, nos últimos anos colaboramos con diversas asociacións, como: **Caritas, Once, Secretariado gitano, Cruz Roja ou Gureak**, son algunhas das organizacións coas que mantemos unha relación estreita para atender as necesidades dos diversos colectivos. Este tipo de colaboracións axuda a fortalecer a inclusión social e laboral na nosa rede de tendas das persoas en risco de exclusión.

Durante 2024, seguimos a traballar con estes colectivos, impartindo cursos con compromiso de contratación, así como prácticas non laborais e realizamos, neste último caso, 15 colaboracións con diversas entidades.



Un millón de axuda co programa Céntimos solidarios

En 2024, o Grupo EROSKI e os seus clientes doaron 1 268 000 € grazas a 8,4 millóns de doazóns céntimos solidarios. Estas achegas axudaron a máis de 140 000 persoas mediante 56 entidades sociais. O diñeiro doado financiou proxectos de axuda á infancia da nosa contorna e de países en vías de desenvolvemento, conservación do medio ambiente e protección dos animais, loita contra o cancro, ás persoas maiores, persoas en risco de exclusión social, persoas con discapacidade, Alzheimer, enfermidades mentais, enfermidades cardiovasculares e enfermidades raras, vítimas de violencia de xénero e inserción laboral da mocidade.

1 268 000 €
doados

axudaron a
+140 000
persoas

Programa Desperdicio cero

Cada ano traballamos para acabar co desperdicio de alimentos. Doamos os produtos frescos e de alimentación que están preto da súa data de caducidade ou de consumo preferente, pero que se atopan en perfectas condicións de consumo. Retirámolos dos nosos andeis para cumprir o noso compromiso coas persoas consumidoras de ofrecerlles a máxima frescura e un envase cun bo aspecto.

En 2024 tamén unimos esforzos coa Cruz Vermella e coa nosa clientela para realizar unha acción extraordinaria de apoio ás persoas afectadas pola DANA, reafirmando así a nosa vocación de cooperar onde máis se necesita.

+500 000€

Campañas con bancos de alimentos

No Grupo EROSKI, levamos colaborando coa Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) 28 anos, organizando recollidas de alimentos nas nosas tendas. Entre elas destacan a «Operación quilo» do Grupo EROSKI e os «Zampakilos solidario» de VEGALSA-EROSKI, ambas na primavera, así como a «Gran recollida de alimentos» en novembro.

Mediante FESBAL, os alimentos destínanse a persoas e familias con dificultades económicas ou que se atopan en risco de exclusión social.

En 2024, ademais de poder doar polo importe que elixisen ao pagar na caixa, os clientes tamén puideron doar fisicamente produtos alimenticios, de hixiene persoal e de limpeza na tenda. Como sempre, ás achegas dos clientes súmase a doazón propia do Grupo EROSKI.

Grazas a estas campañas nas tendas destinadas aos bancos de alimentos en cada territorio onde están os nosos establecementos, doamos, entre todos, **1510 toneladas de alimentos, o que equivale a máis de 6 millóns de comidas**. Desta forma, contribuíuse á alimentación de 1655 familias durante o ano.

1510

toneladas de
alimentos doados

Tarxeta de compra para fins sociais

A tarxeta de compra para fins sociais de EROSKI e CAPRABO é unha forma integradora e solidaria de canalizar as axudas para a asistencia das administracións públicas e das entidades sociais a cidadáns e familias en situacións de risco de exclusión social. Trátase dunha tarxeta persoal que se lle entrega a cada usuario cu importe cargado inicialmente.

En 2024, axudamos a 146 entidades públicas e sociais a canalizar as súas axudas para a asistencia a persoas en situación vulnerable coa tarxeta de compra social para fins sociais de EROSKI e CAPRABO. Cómpre salientar que EROSKI foi un dos distribuidores seleccionados para executar o Programa básico do Fondo social europeo (FSE+) para a asistencia básica a familias con menores en situación de vulnerabilidade. **O diñeiro total canalizado mediante as tarxetas solidarias en 2024 equivale a máis de 28,7 millóns de comidas ao ano.**

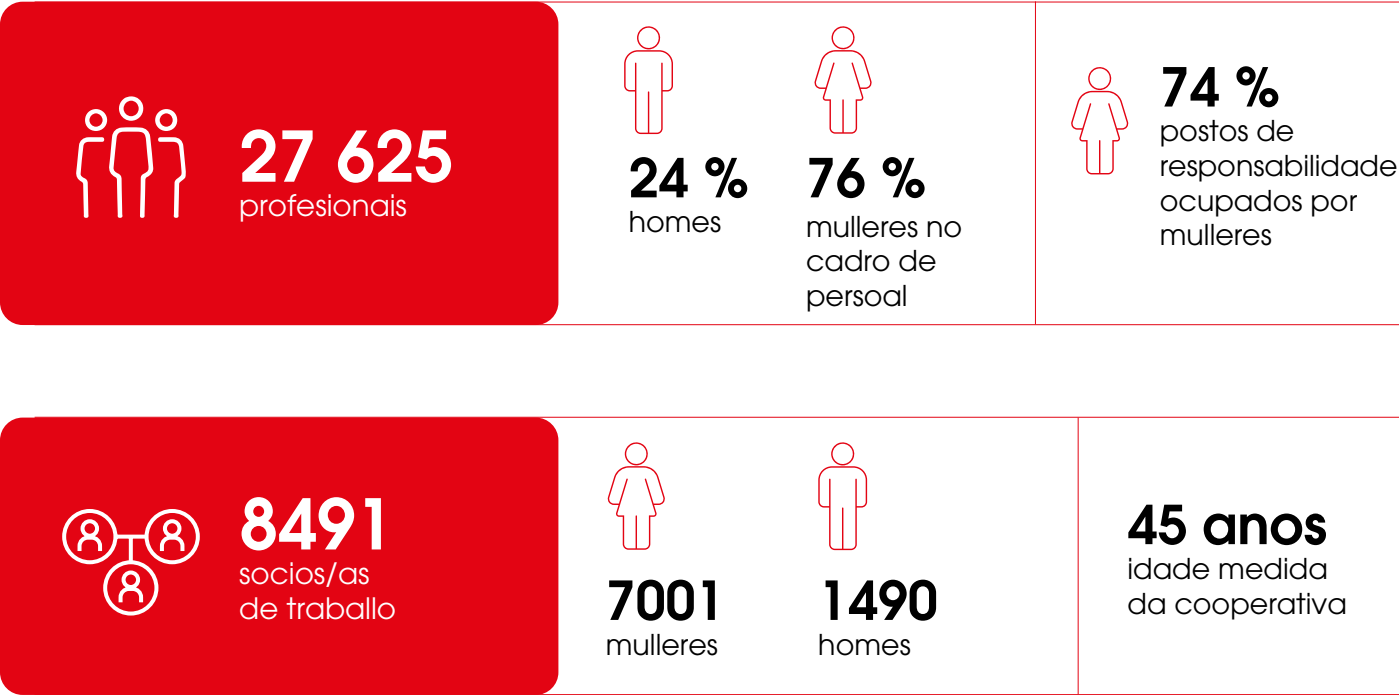
En 2024, doamos 2600 toneladas de alimentos e produtos básicos, o que equivale a máis de 10 millóns de comidas básicas para persoas en risco de exclusión social.



Co noso *equipo*, a nosa *maior fortaleza*

Para nós, o equipo é o corazón de todo o que facemos. Grazas ao traballo en conxunto, conseguimos superar todos os desafíos que se nos presentaron, medrando como empresa e como sociedade. Con esa mesma unión e compromiso, seguimos avanzando coa confianza de que, xuntos, estamos preparados para afrontar os desafíos do futuro.

Un gran equipo humano



O benestar, do sentimento á acción

En EROSKI, sentirnos plenos e saudables é a nosa prioridade. Polo esta razón, fomentamos un ambiente de coidado mutuo, onde cada persoa ten o apoio que precisa para o seu benestar. Contamos con recursos que proporcionan seguridade e equilibrio, tanto no ámbito financeiro como físico e emocional.

No Grupo EROSKI, desenvolvemos e estamos nun proceso de extensión dunha innovadora cultura de colaboración e innovación, denominada **IMPACTO**, que crea espazos e oportunidade para todas as persoas propias do Grupo EROSKI (persoas socias e empregadas), facilitando a xeración de ideas e a colaboración no desenvolvemento de proxectos innovadores. Esta nova metodoloxía busca cambiar a nosa forma de facer, ademais de crear axilidade e potenciar o protagonismo das persoas, realzando a colaboración entre elas, buscando a activación de equipos multidisciplinares, sinerxías e capacidade transversal en todos os procesos de análise, valoración e resolución.



Benestar laboral

Centrámonos en mellorar as condicións laborais para garantir un ambiente de traballo máis seguro, equitativo e motivador. Isto inclúe a optimización de horarios, fomentar a conciliación entre a vida laboral e persoal e reforzar as medidas de benestar no espazo de traballo. Neste sentido, a conciliación é un pilar clave para EROSKI, por iso ofrecemos horarios flexibles que favorecen o equilibrio entre a vida persoal e a profesional. Ademais da posibilidade de reducir a xornada ou solicitar excedencias por tutela legal ou coidado dos familiares, en EROSKI contamos con alternativas para atender outros proxectos persoais, como reducións da xornada sen causa manifesta con dereito a recuperación do horario completo, excedencias temporais con reserva de prazas para as persoas que colaboran en ONG ou outros proxectos e, desde 2022, redución da xornada voluntaria para persoas de 58 anos ou máis, sen límite de tempo e con dereito a reincorporación na súa xornada orixinal.

Ademais, impulsamos un modelo de liderado que se basea no servizo, onde os líderes asumen un rol de apoio e guía para os seus equipos. Este enfoque fomenta a comunicación aberta, o desenvolvemento profesional e o crecemento persoal dentro da organización.

En EROSKI, apostamos de forma clara e sostida polo crecemento do talento interno, fomentando diversas iniciativas para o desenvolvemento profesional dos nosos equipos. Contamos con catro programas que se centran na mellora do talento dentro da organización: Programa Pool Talento, Programa Summa, Formación sobre o modelo cooperativo e Innovación en modelos de aprendizaxe. Tamén temos tres programas específicos dirixidos aos equipos de tenda, deseñados para fortalecer o liderado e a xestión: MBA especializado en xestión de hipermercados, Escola de mandos e programa Xefaturas de tenda.

O noso compromiso coa formación e o crecemento continuo do equipo reflíctese no investimento de 1 620 911 € destinados á formación, que aseguran que os nosos profesionais dispoñan das ferramentas e os coñecementos necesarios para afrontar os desafíos do futuro.

1 620 911 €

destinados á
formación

Benestar igualitario

En EROSKI, temos un Plan de igualdade 2023-2027, cuxo obxectivo principal é garantir a igualdade real e efectiva entre mulleres e homes, evitando calquera tipo de discriminación laboral. Ademais, desde 2005, contamos co Observatorio de igualdade, unha ferramenta clave para supervisar e cumprir este principio en toda a organización. Temos unha Comisión de igualdade para todas as sociedades que forman parte do grupo, consolidando o noso compromiso coa equidade e a inclusión no ambiente laboral.

Implantamos a xornada laboral de 5 días en todos os centros da rede comercial Norte (hipermercados e supermercados).

Benestar psicolóxico

Implementamos un Programa de axuda psicolóxica cun enfoque preventivo e individualizado. Este programa permitiu ofrecer 635 consultas durante o ano, ofrecendo apoio ás persoas que o necesitan.

Grazas a esta iniciativa, logramos unha redución de case un 9 % nas xornadas laborais perdidas, o que demostra o seu impacto positivo na saúde mental e no rendemento laboral. Ademais fomentamos a desconexión dixital, promovendo un equilibrio saudable entre o tempo de traballo e o de descanso para evitar a sobrecarga e o estrés dixital.

635

consultas

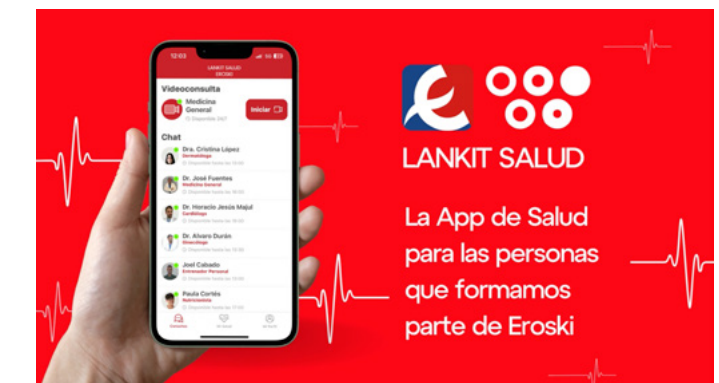
Benestar médico

Mediante LANKIT SALUD EROSKI, ofrecemos acceso a especialistas en diversas áreas da saúde, entre as que se inclúen: psicoloxía, pediatría, dermatoloxía, nutrición, sexoloxía e xinecoloxía; entre outras. Este servizo garante unha atención médica integral e accesible para o benestar dos nosos colaboradores.

Traballo híbrido nas sedes. Regulación do espazo de traballo, o que permite que o cadro de persoal traballe de forma puntual fóra da sede.

Benestar físico

Contamos cun programa de fisioterapia preventiva, que se deseñou para reducir o risco de lesións musculoesqueléticas e mellorar a calidade de vida no traballo. Ademais, contamos cunha aplicación personalizada que permite realizar un seguimento da actividade física e acceder a recursos para mellorar a saúde e o benestar. Como parte deste compromiso, colaboramos con FISIFY, unha plataforma dixital especializada na prevención e rehabilitación de lesións, que ofrece asesoramento e exercicios personalizados para o coidado físico.



Aprobouse a normativa de desconexión dixital para respectar o tempo de descanso, permisos e vacacións, así como a intimidade persoal e familiar.



05

Información: económico- financeira

Información: económico-financeira

Pechamos as contas do exercicio 2024, a 31 de xaneiro de 2025, cun resultado antes de impostos de 127,2 millóns de euros, un 23 % superior ao de 2023. Tras aplicar un gasto 45,5 millóns de euros por imposto de sociedades, o noso resultado neto positivo ascendeu a 81,7 millóns de euros que, nun contexto aínda desafiante para a distribución comercial, reforza a solidez financeira do noso grupo.

As nosas vendas brutas aumentaron un 2,7 % nun ambiente con menor inflación, ata acadar os 5885 millóns de euros; impulsadas especialmente polo crecemento do 3,3 % no ámbito alimentario.

CONTA DE RESULTADOS DO GRUPO EROSKI	31/1/25	31/1/24	% s/ AA
INGRESOS ORDINARIOS	5 559 814	5 397 861	103,0 %
Ingresos ordinarios por vendas	5 335 007	5 185 562	102,9 %
Ingresos ordinarios por prestación de servizos	224 807	212 299	105,9 %
OUTROS INGRESOS	14 700	28 692	51,2 %
BENEFICIO OPERATIVO (antes de deterioracións, resultados da venda de elementos patrimoniais e activos non correntes)	258 966	258 954	100,0 %
Deterioracións, resultados da venda de inmovilizado e activos non correntes	(14 239)	(4113)	346,2 %
BENEFICIOS ANTES DE FINANCEIROS E IMPOSTOS	244 727	254 841	96,0 %
Resultado financeiro	(117 549)	(152 759)	77,0 %
Participación beneficios/perdas dos investimentos aplicando o método de participación	27	1439	1,9 %
Perdas das actividades continuadas antes de impostos	127 205	103 521	122,9 %
Imposto sobre ganancias	(45 507)	5036	-903,6 %
RESULTADO DO EXERCICIO	81 698	108 557	75,3 %

BALANCE DA SITUACIÓN DO GRUPO EROSKI

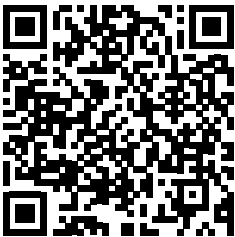
Axustado a CCAA	31/1/25	31/1/24	Variación
Inmovilizado material	1 325 500	1 497 924	(172 424)
Investimentos inmobiliarios	147 094	30 190	116 904
Fondo de comercio e outros activos intanxibles	854 440	850 004	4436
Investimentos aplicando o método de participación	7296	7837	(541)
Debedores comerciais e outras débedas por cobrar	7698	9517	(1819)
Activos financeiros	140 248	154 511	(14 263)
Activos por impostos diferidos	238 695	271 590	(32 895)
Accionistas por desembolsos sen exixir	213	477	(264)
TOTAL ACTIVOS NON CORRENTES	2 721 184	2 822 050	(100 866)
Existencias	400 517	428 659	(28 142)
Activos financeiros	8290	20 112	(11 822)
Debedores comerciais e outras contas por cobrar	180 361	160 507	19 854
Activos por impostos sobre ganancias	4549	9472	(4923)
Accionistas por desembolsos exixidos	3818	2500	1318
Efectivo e outros medios líquidos equivalentes	167 163	167 729	(566)
Activos non correntes mantidos para a venda	-	13 640	13 640
TOTAL ACTIVOS CORRENTES	764 698	802 619	(37 921)
TOTAL ACTIVO	3 485 882	3 624 669	(138 787)

BALANCE DA SITUACIÓN DO GRUPO EROSKI

Patrimonio neto e pasivo	31/1/25	31/1/24	Variación
Capital	317 185	324 804	(7619)
Prima de emisión	3808	3808	0
Fondos capitalizados	95 525	95 525	0
Outros gastos e ingresos recoñecidos no patrimonio	30 795	27 925	2870
Ganancias acumuladas	(156 436)	(261 888)	105 452
Dividendo na conta entregado durante o exercicio	(6560)	(6341)	(219)
PATRIMONIO ATRIBUÍDO A DOMINANTE	284 317	183 833	100 484
Intereses minoritarios	294 475	289 290	5185
TOTAL PATRIMONIO NETO	578 792	538 863	39 929
Pasivos financeiros	1 569 744	1 719 060	(149 316)
Subvencións oficiais	0	0	0
Provisións	31 696	28 810	2886
Outros pasivos non correntes	13 034	13 839	(805)
Pasivos por impostos diferidos	140 884	158 156	(17 272)
TOTAL PASIVOS NON CORRENTES	1 755 358	1 919 865	(164 507)
Pasivos financeiros	249 297	225 800	23 497
Acredores comerciais e outras contas por pagar	892 685	932 177	(39 492)
Pasivos por impostos sobre ganancias	9750	7964	1786
TOTAL PASIVOS CORRENTES	1 151 732	1 165 941	(14 209)
TOTAL PATRIMONIO NETO E PASIVO	3 485 882	3 624 669	(138 787)

Para obter máis información sobre todos estes aspectos, podes acceder ao documento completo de **estado da información non financeira e información de sustentabilidade de 2024**.

Ver documento



https://corporativo.eroski.es/wp-content/uploads/einf/EInf-2024_cast.pdf

