

transformación social



Somos un proyecto colectivo abierto a la sociedad

La transformación social forma parte de nuestro ADN cooperativo. La misión de EROSKI, desde sus inicios, es la de contribuir a desarrollar una sociedad mejor, especialmente en su entorno directo. Para ello, trabajamos en cuatro ámbitos fundamentales: la información al consumidor, la promoción de hábitos de vida y alimentación saludables, el consumo sostenible y la acción solidaria y la promoción asistencial de aquellos que lo necesitan.

La información al consumidor es una constante y cuenta con numerosos canales offline y online, para que nadie quede excluido y nuestro mensaje llegue a todos nuestros públicos. La revista Consumer es nuestro mejor escaparate para comunicar todo lo que es tendencia en el ámbito de la alimentación, del cuidado de la salud, de la atención a la infancia, del medio ambiente, pero también sobre los principales aspectos de la economía doméstica que preocupan a nuestros Socios y Socias Cliente. Además incluye recetas de cocina, sanas y equilibradas, consejos y recomendaciones sobre hábitos de consumo y cuestiones de salud.



La promoción de salud y la vida sana se materializa en diversos programas y campañas desarrollados por EROSKI, como Ekilibria, que permite a los socios y socias clientes contar con un asesor nutricional de manera gratuita o el Programa de Educación, Alimentación y Hábitos Saludables por el que han pasado más de 400.000 escolares de primaria en los últimos cuatro años y que supone un verdadero compromiso de la cooperativa con la educación nutricional desde la infancia. Se trata de un ambicioso programa de formación que tiene como objetivo fomentar hábitos de vida saludables para evitar enfermedades relacionadas con la mala alimentación como la obesidad, la diabetes y muchos otros problemas cardiovasculares. EROSKI cuenta también con su propia Escuela de Alimentación, encargada de realizar estudios e informes sobre hábitos alimenticios, talleres y cursos de formación encaminados a mejorar nuestros menús.

La lucha contra el despilfarro alimenticio es otro de los grandes motores de transformación social de EROSKI. En colaboración con diversas organizaciones, como el Banco de Alimentos, EROSKI contribuye a alargar el ciclo de vida de los productos, a fomentar nuevos comportamientos socialmente responsables y, en definitiva, a mejorar la calidad de vida de todas las personas que, de alguna manera, se relacionan con la cooperativa.

Como cooperativa de consumo, trabajamos para crear una sociedad mejor, para promover comportamientos que favorezcan el desarrollo sostenible y el respeto por el medio ambiente y para impulsar hábitos de consumo sanos y equilibrados, que hagan que todos nuestros socios y socias se sientan implicadas en una pequeña transformación social con un gran impacto

Información al consumidor



Revista EROSKI CONSUMER

Con una tirada de 1.200.000 ejemplares, EROSKI Consumer es un canal de comunicación que pretende formar e informar al consumidor en temas asociados a la alimentación, la seguridad alimentaria, la salud, el medio ambiente y la solidaridad, entre otros. A través de las guías de compra y los temas de investigación, se facilitan los datos necesarios para acertar en las decisiones de compra.

De manera paralela, la revista publica diferentes guías con el objetivo de ayudar al consumidor a acertar en la compra y que el año pasado abordaron temas como los guisos envasados, las aceitunas de mesa, las salsas de tomate, los calamares, pulpo y chipirones envasados, las semillas, las cervezas, el pan de molde o los langostinos.

Los informes de investigación, por su parte, versaron sobre asuntos como el gasto en alimentación, las basuras marinas, el consumo responsable, los productos ecológicos, los trastornos de la alimentación, las vacunas, el azúcar o la economía del hogar, entre otros.

CONSUMER.ES

Nuestro portal de información al consumidor CONSUMER.ES recibe 60 millones de visitas al año.

Alimentación, Bebé, Salud y Seguridad Alimentaria y Mascotas, las secciones más visitadas. Más de 260.000 personas están inscritas a nuestros boletines informativos.



Alimentación saludable



La Escuela de la Alimentación de EROSKI impulsa los hábitos saludables

EROSKI puso en marcha hace cuatro años un programa pionero para impulsar los hábitos de vida saludable. El Programa Educativo sobre Alimentación y Hábitos de Vida Saludable (PEAHS) impulsado por la Escuela de Alimentación EROSKI propone sensibilizar a los niños entre 9 y 12 años y a todo su entorno familiar sobre la importancia de llevar una alimentación equilibrada y un estilo de vida saludable. Para ello y con la colaboración de varios expertos se han elaborado diferentes unidades didácticas que son ofrecidas gratuitamente a todos los centros educativos de España. El año pasado, 189.000 escolares de centros de Educación Primaria de toda España participaron en las cuatro ediciones del programa. Desde su puesta en marcha, más de 400.000 escolares de cerca de 2.800 centros diferentes han realizado este programa que representa un gran compromiso con el entorno en el que está presente y con la transformación social hacia hábitos sostenibles.

El programa ha sido configurado por un Comité Científico formado por profesionales de diferentes disciplinas: medicina y pediatría, nutrición y dietética, psicopedagogía y pedagogía. Además, los contenidos cuentan con las aportaciones realizadas por los docentes que han ido participando a lo largo de este tiempo lo que lo convierten en un material imprescindible.

Entre las novedades de este año destacan las visitas realizadas a proveedores así como los talleres realizados gracias a la colaboración de los expertos del Basque Culinary Centre. Los alumnos aprenden a realizar una compra saludable, conocen el origen de los alimentos y sus propiedades, elaboran menús equilibrados.



Reconocimiento a la mejor campaña de RSC

El Programa Educativo en Alimentación y Hábitos de Vida Saludables (PEAHS) recibió el premio OCARE 2017 del Observatorio de la Comunicación y la Acción de la Responsabilidad Empresarial. Concretamente, la segunda edición de estos premios reconocía al programa como una de las mejores acciones de comunicación de RSC desarrolladas en 2016 en España.

Los Premios OCARE 2017 tienen como objetivo reconocer las mejores iniciativas y acciones de la Comunicación en torno a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) emprendidas en España. OCARE nació en 2014, impulsado por la Universidad CEU San Pablo y la consultora Medialuna, con el fin de animar a empresas e instituciones a comunicar más y mejor su RSC. Su equipo directivo y su Consejo Asesor está conformado por reconocidos profesionales del ámbito de la Comunicación y la Responsabilidad Social Corporativa.



Sostenibilidad



Más tiendas ecosostenibles

El compromiso de EROSKI con la transformación social se plasma también en sus tiendas. Así, las tiendas de nueva generación aplican gran parte de las medidas de eficiencia energética desarrolladas de forma pionera en la primera tienda cero-emisiones desarrollada por la cooperativa en 2012 y que logró reducir su consumo energético un 60% respecto al gasto energético de un supermercado convencional equivalente.

Actualmente EROSKI promueve, junto con cada remodelación de tienda, medidas de eficiencia energética para maximizar las posibilidades de ahorro energético atendiendo las particularidades de cada emplazamiento. Estas innovaciones se concentran principalmente en el diseño climático del establecimiento y las instalaciones de frío, los sistemas de iluminación y la minimización de residuos, donde adquiere una importante relevancia su programa de "Desperdicio Cero" por el que los alimentos retirados para la venta pero todavía aptos para el consumo son destinados a organizaciones solidarias del entorno cercano de cada una de las tiendas EROSKI.



Contra el despilfarro de alimentos

El compromiso de EROSKI contra el despilfarro de alimentos se manifiesta a través del mantenimiento de diferentes campañas iniciadas años atrás y de otras más recientes. Además de una estrecha colaboración con el Banco de Alimentos, con el que ya llevamos veinte años trabajando y otras organizaciones sociales, EROSKI ha puesto en marcha diferentes campañas para concienciar a la población sobre este tema.

- El Programa Desperdicio Cero de EROSKI surgió para sacar provecho a los excedentes alimentarios de sus tiendas a los que se da una segunda oportunidad a través de diferentes asociaciones y organizaciones sociales. En 2017, se donaron más de 4.755 toneladas de alimentos en perfecto estado y aptos para su consumo.
- Además, gracias a campañas de recogida como "Operación Kilo" o "La Gran Recogida" EROSKI y sus clientes han donado otras 2.437 toneladas de alimentos. La suma de ambas iniciativas asciende a más de 7.000 toneladas de alimentos, incluyendo frescos, el equivalente al consumo de alimentos de 4.341 familias a lo largo de todo un año.
- EROSKI y Hispacoop (Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios) también han unido fuerzas para minimizar el impacto que el desperdicio alimentario tiene hoy día. La campaña forma parte del proyecto 'Gestión de desechos, desperdicio alimentario y consumo responsable de la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad para gestionar mejor los alimentos y sus envases.

MATERIAS PRIMAS

24.689
toneladas
recicladadas



CARTÓN
23.412
toneladas



PLÁSTICO
1.062
toneladas



POREX
215
toneladas

RESIDUOS ORGÁNICOS

4.078
toneladas
recicladadas



CÁRNICOS
1.912
toneladas



DE PESCA
2.166
toneladas

ENVASES LOGÍSTICOS

47.314.554
envases
reutilizados



PALETS
5.490.795
unidades



CAJAS PLÁSTICAS
41.823.759
unidades

APARATOS ELÉCTRICOS Y ELECTRÓNICOS*

1.559
toneladas
recicladadas



ENTIDAD COLABORADORA
ecotic
Entidad colaboradora para el reciclaje de residuos electrónicos

PILAS Y ACUMULADORES DE ENERGÍA

95
toneladas
recicladadas



ENTIDAD COLABORADORA
ecopilas
Fundación para la Gestión Medioambiental de Pilas

LÁMPARAS FLUORESCENTES

13
toneladas
recicladadas



ENTIDAD COLABORADORA
AMBILAMP
Asociación para el Reciclaje de Lámparas Fluorescentes

*AIRE ACONDICIONADO, ELECTRODOMÉSTICOS, TELEVISIÓN, PEQUEÑO ELECTRODOMÉSTICO, ETC.

Economía circular

EROSKI trabaja bajo los principios de la denominada Economía Circular. Es decir, con el objetivo de mantener el valor de los productos y servicios el mayor tiempo posible para minimizar el consumo y el desecho de materias primas, recursos y energía. Se trata, en definitiva, de cerrar el ciclo del producto, siguiendo el modelo de naturaleza y primando el ecodiseño, el consumo responsable y el desarrollo sostenible.

El programa de Economía Circular de EROSKI establece circuitos de reciclaje para distintas materias primas. Para ello, se desarrollan procesos de logística inversa, desde las tiendas hasta las plataformas y proveedores, con el objetivo de asegurar una correcta reutilización y reciclaje para minimizar los desechos.

En 2017, se ha reciclado más de 25.081 toneladas de residuos (papel, cartón, envases, porex, madera y otros). Además se han reutilizado 5.490.795 palets y 41.823.759 cajas de plástico. Gracias al fomento de la bolsa reutilizable, se ha evitado el uso de 631 millones de bolsas de plástico.

Estrellas solidarias

La campaña de Estrellas Solidarias de EROSKI, organizada este año en colaboración con el Comité vasco de ACNUR (la Agencia de la ONU para los Refugiados) y el Comité Español de UNICEF (Fondo de la ONU para la Infancia) ha conseguido este año recaudar 72.000 euros. Durante todo el periodo navideño, los consumidores pueden adquirir este adorno navideño al precio simbólico de dos euros en las líneas de caja de toda su red de supermercados e hipermercados y también a través de su supermercado online. La idea, parte de una trabajadora que propuso escribir en esas estrellas, las mejores experiencias vividas a lo largo de todo el año. El importe recogido se destinará a proyectos sociales relacionados con la infancia.



Campaña solidaria en colaboración con ACNUR y UNICEF

Por tercer año consecutivo, la campaña Estrellas Solidarias se desarrolla en las tiendas EROSKI durante la Navidad en colaboración con ACNUR y UNICEF.
<https://vimeo.com/243118868>

Con la hora del Planeta

Como cada año, EROSKI se sumó a la campaña 'La Hora del Planeta' promovida por WWF y respaldada por Naciones Unidas para concienciar sobre la necesidad de luchar contra el cambio climático. La idea, parte de la necesidad de concienciar al mundo sobre la importancia del medio ambiente y la lucha contra el cambio climático.



Pacto Mundial

Un año más, hemos reafirmado nuestra pertenencia al Pacto Mundial, una iniciativa internacional propuesta por Naciones Unidas. Su objetivo es conseguir un compromiso voluntario de las entidades en responsabilidad social, por medio de la implantación de sus principios basados en los derechos humanos, laborales y medioambientales. EROSKI es firmante del pacto desde su establecimiento en 2002.

