



EROSKI

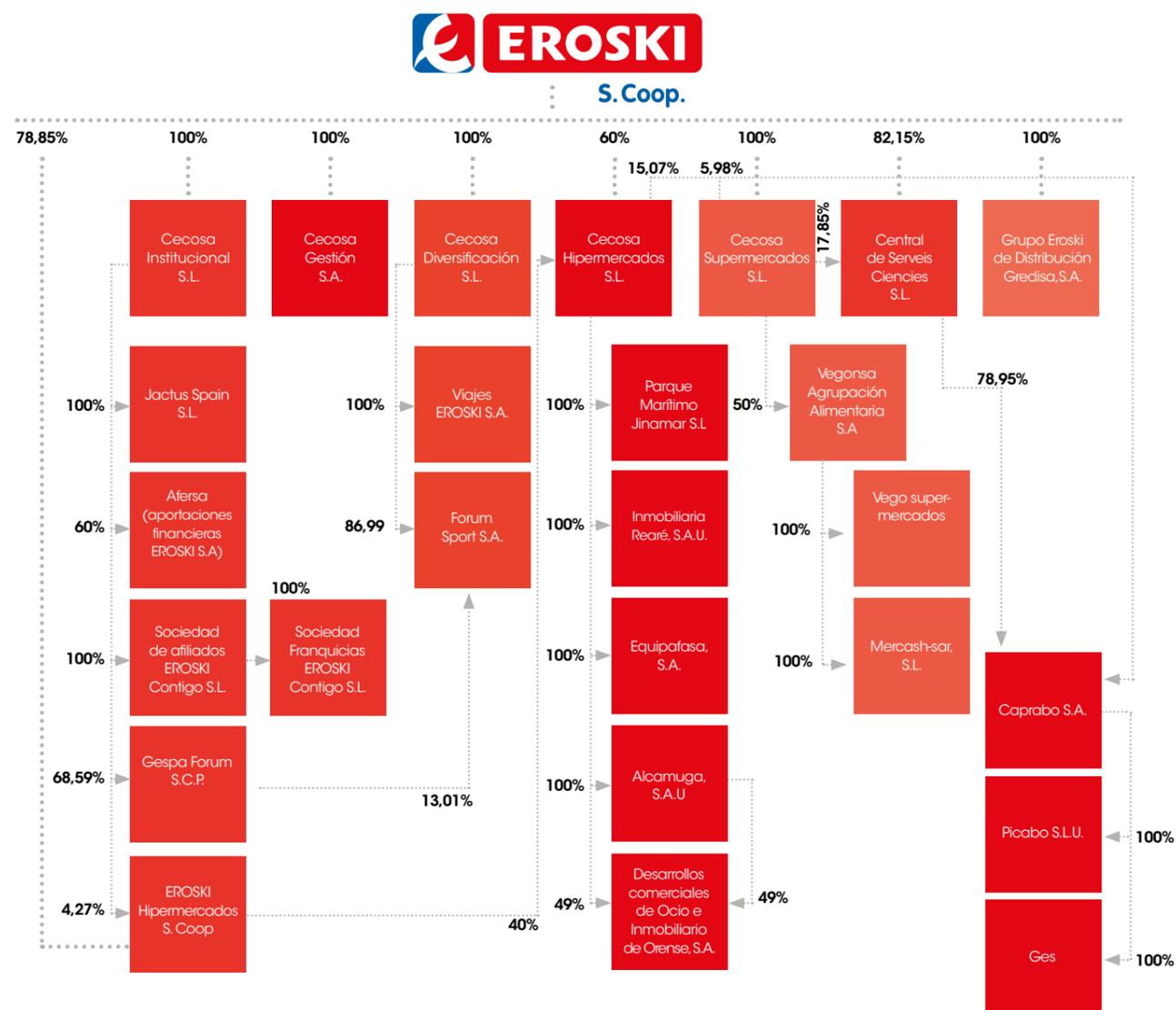
Modelo de empresa singular 102-1; 102-2; 102-5; 102-7

EROSKI es el primer grupo de distribución minorista de bienes y servicios de gran consumo de carácter cooperativo de España y es operador de referencia en las regiones de Galicia, País Vasco, Navarra, Cataluña y Baleares. La sociedad matriz del grupo es la cooperativa de consumo EROSKI S. Coop., la cual aúna en sí una triple condición: es una empresa de distribución, una organización de consumidores y un proyecto cooperativo en el que las personas consumidoras y trabajadoras comparten protagonismo y soberanía.

Este singular modelo de empresa nos permite reunir la participación directa de profesionales en la gestión de

la organización con la incorporación en el gobierno de nuestro principal grupo de interés: nuestra clientela. De esta forma, aseguramos el vínculo y la coordinación entre la estrategia específica de la entidad y las demandas de los trabajadores y consumidores en general. Actualmente, el desarrollo y la gestión de la red comercial de nuestros negocios se realiza a través de la cooperativa y de las otras 26 sociedades dependientes de ella que conforman el Grupo EROSKI y que son las que consolidan en los estados financieros. El listado de estas sociedades se recoge en el capítulo de transparencia de esta memoria, así como la relación de cada una de ellas con los aspectos presentados en este documento.

Organigrama de las 27 sociedades del Grupo EROSKI y porcentaje de participación de EROSKI S. Coop.:



102-2; 102-6

Debido a nuestra búsqueda de una mayor calidad y excelencia en los productos y servicios que ofrecemos, dentro del grupo EROSKI existen varias entidades especializadas en líneas de negocios y zonas geográficas concretas, entre las que destacan:



CAPRABO es la compañía de supermercados de referencia en Cataluña. Fundada en el año 1959, es la empresa de supermercados más antigua de España con una red que abarca zonas estratégicas de Cataluña y Andorra. Desde el año 2007, CAPRABO forma parte del Grupo EROSKI.



VEGALSA-EROSKI, participada al 50 % por la familia Ventura González y EROSKI, forma parte del Grupo EROSKI desde 1998 y es el referente de la distribución comercial en Galicia. Actualmente desarrolla también su actividad en las comunidades limítrofes de Asturias y Castilla y León, donde cuenta con una fuerte implantación.



EROSKI cuenta con su propia agencia de viajes, Viajes EROSKI, que, además de su actividad en el sector vacacional, cuenta con una posición destacada en los viajes de empresa y organización de congresos, a través de sus marcas Travel Air y Travel Air Events.



FORUM SPORT es la enseña de deportes del Grupo EROSKI. Con 25 años de experiencia en la venta especializada de material deportivo y presente en 10 comunidades autónomas, la cadena mantiene un ritmo de crecimiento positivo.



Misión, visión y valores 102-16

Nuestra misión

EROSKI surgió del cooperativismo de consumo en la década de los 60, cuando siete pequeñas cooperativas de consumo se unieron con el objetivo de lograr productos de calidad a buen precio y de defender los derechos de las personas consumidoras. Desde entonces, hemos mantenido nuestra estrategia empresarial alineada con este fin gracias a integrar en ella las necesidades y demandas de los consumidores.

Nuestra misión es ofrecer a la sociedad bienes y servicios que mejoren la calidad de vida, la salud y el bienestar de las personas consumidoras en las mejores condiciones de calidad, información y precio, con el compromiso de fomentar la práctica de un consumo sostenible.

Nuestra visión

En EROSKI ponemos también a las personas trabajadoras en el centro de nuestra actividad, ya que buscamos generar empleo sostenible y de calidad. Además, trabajamos para obtener unos beneficios que nos permi-

tan generar más riqueza y distribuirla de forma solidaria, y tenemos un gran compromiso con la salud, el bienestar y el desarrollo sostenible de la sociedad. Con nuestra visión buscamos:

 Aportar soluciones satisfactorias a la clientela mediante la innovación permanente

 Alcanzar posiciones de liderazgo en el mercado español

 Comprometernos en la defensa de las personas consumidoras

 Crear un proyecto y un modelo de empresa integradora de personas

 Obtener los beneficios que posibiliten un crecimiento generador de riqueza

 Promover el respeto y la gestión favorables al medio ambiente

 Promover el desarrollo personal y profesional de la plantilla

 Potenciar la economía del entorno en el que operamos trabajando con proveedores locales

 Contribuir a la mejora de la comunidad donde actuamos



Nuestra visión nos impulsa a integrar las necesidades y demandas de los consumidores en nuestra estrategia comercial para hacer que nuestras tiendas sean sus preferidas.

Nuestros valores

En EROSKI cinco valores definen nuestro proyecto empresarial y la manera de relacionarnos con las personas y con el entorno en el que desarrollamos nuestra actividad:

Cooperación

Las personas trabajadoras son protagonistas en EROSKI, no solo en la cooperativa de la que son también propietarias, sino en todas las sociedades mediante su compromiso con la organización.

Participación

Incorporamos la opinión de los consumidores en nuestra estrategia a través de su participación en la cooperativa y de la escucha activa a nuestros clientes.

Innovación

Creemos que la renovación permanente en cualquier ámbito de nuestra actuación es necesaria para el progreso empresarial y para adaptarnos a las expectativas que nuestra actividad genera en la sociedad y en los consumidores.

Responsabilidad social

Contribuimos al bienestar de la comunidad en la que actuamos, incidiendo en su desarrollo social, cultural y económico mediante la distribución solidaria de la riqueza.

Compromiso

Integramos en nuestro día a día la defensa de la salud y seguridad de los consumidores con una oferta de productos sanos, seguros y saludables, mediante una información transparente, útil y completa. Al mismo tiempo, trabajamos para reducir los impactos ambientales negativos que genera nuestra actividad.

Gobernanza

102-18; 102-19; 102-20; 102-22; 102-23; 102-24; 102-26; 102-27; 102-28; 102-29; 102-30; 102-31; 102-33; 205-2

Modelo de gestión grupo EROSKI

Con relación al gobierno corporativo, las sociedades del Grupo se acogen a las directrices de la matriz EROSKI S. Coop.

La única sociedad que tiene un modelo de gobernanza diferente en algunas cuestiones, aunque muy similares y consensuadas con el Grupo, es VEGALSA, al ser una sociedad en la que EROSKI solo tiene una participación del 50 %.

El gobierno corporativo de nuestra matriz EROSKI S. Coop. es singular porque es una cooperativa de consumo. Por ello, tanto las personas consumidoras como las trabajadoras participan en la gestión y toma de decisiones de la organización. Así, EROSKI se vertebra a través de dos comunidades: de una parte, 1.170.803 Socias y Socios de Consumo (lo que supone un incremento del 4,72 % sobre el año anterior, con 52.797 nuevos socios consumidores), personas con una conciencia especial sobre su naturaleza consumidora que deciden implicarse en la cooperativa; de otra, 9.796 Socias y Socios de Trabajo (8.974 de EROSKI S. Coop., de los cuales 413 se han incorporado en 2018), que aportan tanto capital como trabajo como parte de su compromiso con la organización.

Para la gestión de ambos colectivos nos hemos dotado de los correspondientes estatutos y normativas, que regulan la organización de cada uno de ellos mediante una estructura propia.

El gobierno corporativo, la gestión y la representación de EROSKI S. Coop. residen en su Consejo Rector. Está compuesto por doce miembros elegidos por la Asamblea General para un período de cuatro años, con posibilidad de reelección. La mitad procede del colectivo de consumidores y la otra mitad del de trabajadores.

Los Estatutos Sociales establecen las incompatibilidades de los miembros del Consejo Rector y la Dirección. A su vez, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones vela para que reúnan los criterios de idoneidad establecidos, se encarga de evitar los conflictos de interés y tiene en cuenta las cuestiones de diversidad de género.

El consejero con más antigüedad se incorporó en 2009, y en 2018, siguiendo la normativa interna, se renovó la mitad de los consejeros. Aunque ninguno de los miembros actuales del Consejo Rector tiene responsabilidades ejecutivas, destacan entre sus funciones la de nombrar al presidente y directores generales de la cooperativa, la fijación del Reglamento de Régimen Interno y la aprobación de inversiones.

El Consejo Rector preside la Asamblea General, que es el órgano supremo de expresión de la voluntad societaria. Está constituido de forma paritaria por 250 delegados/as representantes de los Socios y Socias Consumidoras y 250 delegados/as representantes de los Socios y Socias Trabajadoras. La elección de sus miembros es ratificada en las correspondientes Juntas Preparatorias de Consumo y de Trabajo y su mandato dura cuatro años. También asisten con voz, pero sin voto, la Dirección General y la

Presidencia del Consejo Social. Entre sus funciones, destacan las de aprobación de cuentas, presentación y distribución de resultados, el establecimiento de las políticas generales de la cooperativa y la modificación, cuando procede, de los Estatutos Sociales. Se reúne anualmente en convocatoria ordinaria. En 2018 también se renovó a la mitad de sus componentes.

El Consejo Rector delega determinadas facultades en el Consejo de Dirección - con el que se reúne mensualmente para tratar los distintos temas económicos, ambientales y sociales de la organización - y delega otras en las comisiones creadas en su seno, que aprueban los reglamentos previstos para su composición y normas de funcionamiento. Así, el Consejo Rector reúne la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones y la Comisión Ejecutiva.

Además, la cooperativa cuenta con el Comité de Recursos, compuesto por cinco miembros elegidos por la Asamblea General, la mitad de ellos renovados en 2018 según recoge nuestra normativa interna, que tramita y resuelve los recursos presentados por los socios y socias contra las decisiones adoptadas por el Consejo Rector y sobre aspectos previstos en los Estatutos. También contamos con la Comisión de Vigilancia como órgano de control, formada por tres socios elegidos por la Asamblea General, que se dedica al control y seguimiento de los procesos electorales, así como a otras funciones que le otorgan los Estatutos en su artículo 71. Esta Comisión asiste como invitada al Comité de Auditoría y Cumplimiento, que asume las funciones de auditoría y gobierno corporativo.

El Consejo Rector, de manera proactiva, se mantiene al tanto de las preocupaciones más relevantes de la organización mediante el seguimiento de la marcha de los distintos negocios, de la organización y del mercado, así como gracias a la intervención en las sesiones del

Consejo Rector de los diferentes directivos de la empresa. Esta actividad se complementa con los informes periódicos y los procedimientos de información previa que corresponden a cada comisión o comité respecto de las materias de su especialidad, que son objeto de análisis y propuestas específicas.

Por último, el Consejo Rector cuenta con dos órganos consultivos: el Consejo Social, formado por 16 socios y socias trabajadoras, centrado en aspectos sociolaborales, y el Consejo Consumerista, formado por representantes de los Comités Locales de Consumidores, que se ocupa de los asuntos relacionados con el consumo.

Contamos con un programa de formación y actualización de contenidos para los miembros del Consejo Rector que tiene como objetivo que sus miembros profundicen en el conocimiento sobre asuntos económicos, ambientales y sociales. En enero de 2019 se han ejecutado dos acciones formativas, una dirigida a los nuevos rectores exclusivamente, centrada en el conocimiento del negocio, y otra, dirigida a todos los rectores, en materia económica financiera, retributiva, de auditoría interna y de gobierno corporativo.

También hemos avanzado en las autoevaluaciones del desempeño anuales, por tercer año consecutivo, del Consejo Rector y de sus Comisiones, así como de determinados cargos. Este sistema de autoevaluación consiste en cuestionarios individuales que incluyen preguntas cualitativas que permiten obtener información completa y propuestas de mejora específicas. La Comisión de Nombramientos y Retribuciones analizó los resultados de los cuestionarios de autoevaluación y presentó los nuevos planes de acción, que el Consejo Rector aprobó, y que se han puesto en marcha con el fin de mejorar el desempeño del consejo y de las comisiones y el tratamiento de sus asuntos.



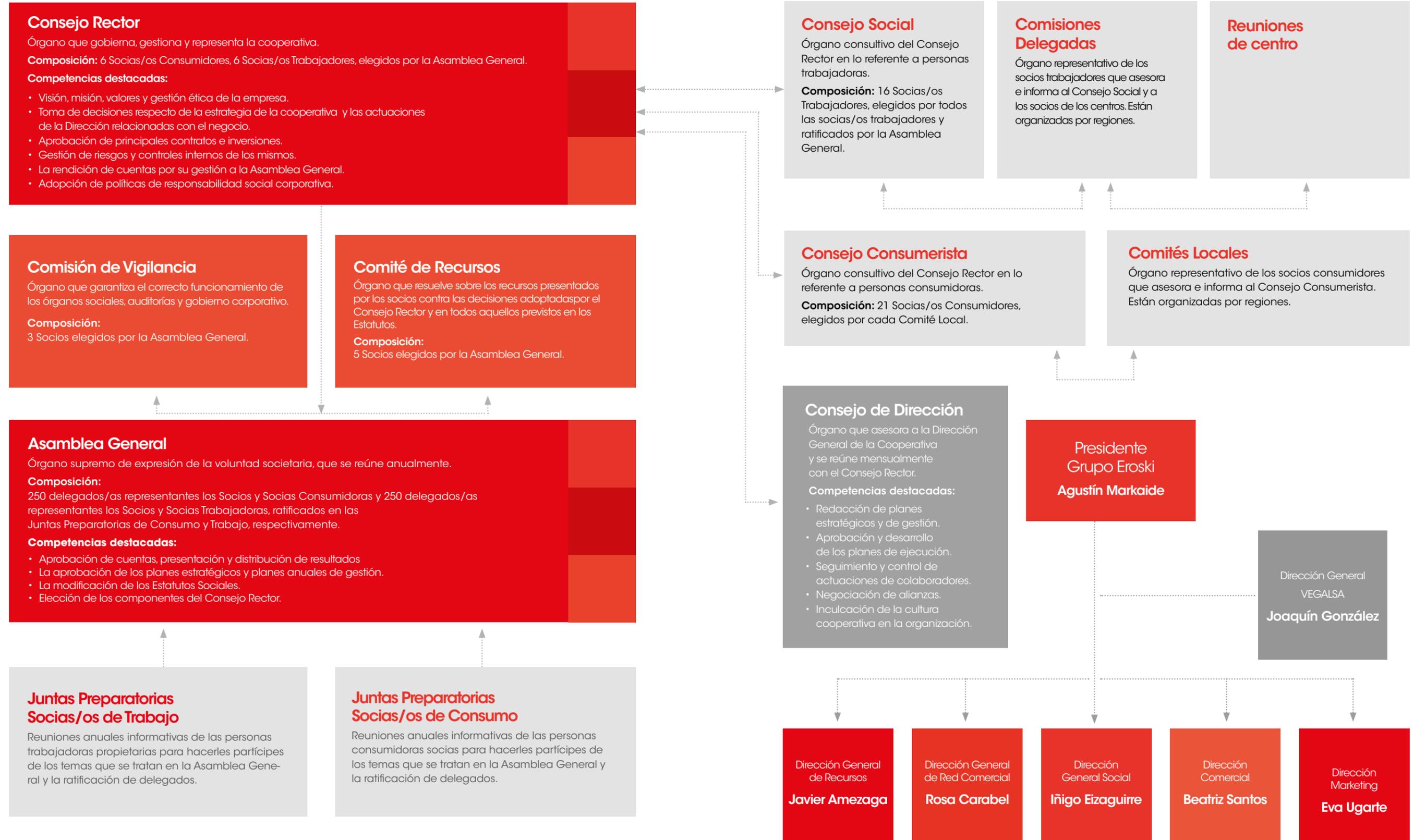
corporativo.eroski.es/memoria-2018/carta-consejo-rector



Consejo de Dirección			
Javier Amézaga Director Recursos	Agustín Markaide Presidente	Iñigo Eizaguirre Director Social	
Eva Ugarte Directora Marketing	Rosa Carabel Directora Red	Beatriz Santos Directora Comercial	

Consejo Rector			
Leire Mugerza Gárate Socia Consumidora (independiente), Presidenta	Oskar Goitia Zubizarreta Socio Consumidor (independiente)	Lander Beloki Mendizabal Socio Consumidor (independiente)	Iñigo Arias Ajarrista Socio Trabajador
Edorta Juaristi Altuna Socio Trabajador, Vicepresidente	Nerea Esturo Alfube Socia Trabajadora	Gonzalo Loro Periañez Socio Consumidor (independiente)	M^a Asunción Bastida Sagarazu Socia Trabajadora
Sonia Ortubai Balanzategui Socia Consumidora (independiente), Secretaria	Cristina Gainza Salinas Socia Trabajadora	Ana Isabel Zariquiegui Asiaín Socia Trabajadora	Eduardo Herce Susperregui Socio Consumidor (independiente)

Estructura de gobierno en EROSKI S. Coop.



Responsabilidad ejecutiva en temas económicos, ambientales y sociales

Gestión económico-financiera

El logro de los objetivos económicos, gestionados a través del ECOFIN, es supervisado por el Comité de Auditoría y Cumplimiento de EROSKI S. Coop, comité delegado del Consejo Rector, al que le confía el examen y seguimiento permanente de la información y control contable de la sociedad. Es la función de Auditoría Interna, a través de dicho Comité, la que aporta un enfoque sistemático de evaluación independiente y de mejora de la eficacia y eficiencia de los procesos de gestión de riesgos y de los sistemas de control interno. Los resultados son valorados por el Consejo Rector y son sometidos a una auditoría anual externa. Las cuentas anuales, junto con el informe de auditoría, son aprobadas por la Asamblea General.

Las relaciones comerciales y la promoción del entorno local se gestionan desde la Dirección Comercial, mientras que las relaciones institucionales dependen de la Secretaría General.

Gestión Social

La gestión de nuestros trabajadores y trabajadoras depende de la Dirección General Social que, a través de varios departamentos, se encarga, entre otras, de las siguientes áreas: Prevención de riesgos laborales, Relaciones laborales y administraciones, Desarrollo de empleo y de talento, Organización y desarrollo de personas y Gestión social. El Departamento de Salud y Sostenibilidad, dependiente de la Dirección de Marketing, se encarga del área de Solidaridad y acción social, conjuntamente con los departamentos de responsabilidad social de las distintas sociedades del Grupo. Esta labor se ve complementada con las labores desempeñadas por la Fundación EROSKI en ese ámbito.

Gestión medioambiental

El cumplimiento de nuestro compromiso con el medio ambiente se gestiona transversalmente a través de todas las áreas funcionales en la cadena de valor. Desde las áreas de Desarrollo y Logística, dependientes de la Dirección General de Recursos, pasando por la Dirección Comercial y la Dirección General de Red Comercial, hasta el Departamento de Salud y Sostenibilidad, dependiente de la Dirección de Marketing. De esta manera nos aseguramos de que todos los aspectos medioambientales de la organización son gestionados por el área que los genera. La coordinación de esta labor la ejercen los distintos foros destinados a tomar decisiones estratégicas y empresariales (Comité de Salud, Comité de Marketing, etc.).

Esta gestión se complementa con la promoción en la clientela de la sensibilidad ambiental que hace el Departamento de Salud y Sostenibilidad, la Fundación EROSKI con sus campañas y los departamentos de responsabilidad social de las distintas sociedades del Grupo.

Gestión ética y Responsable

Para asegurar que las actividades y relaciones de EROSKI se ejecutan de manera honesta y ética, contamos con un Código de Conducta comunicado a nuestros trabajadores, a los socios y a los proveedores, y está a disposición de todos los grupos de interés. En lo relativo a sanciones, contamos con el Reglamento de Régimen Interno de EROSKI S. Coop, aplicable a todo el Grupo.

En general, para velar siempre por la reputación y credibilidad de nuestra organización evitamos actividades desalineadas con nuestros intereses, cumplimos las normas que hemos establecido, colaboramos con las autoridades competentes, hacemos buen uso de los activos de la organización y rechazamos pagos, atenciones y obsequios indebidos.

EROSKI cuenta con canales y medios confidenciales para consultar o notificar cualquier cuestión relacionada con el Código de Conducta y su procedimiento. Así, existe una dirección de correo electrónico, un teléfono y un formulario de entrega por vía postal. El responsable de la Oficina de Cumplimiento, a través del Órgano de Control Interno, es la persona designada por el Comité de Auditoría y Cumplimiento del Consejo Rector para recibir, canalizar, seguir, informar y documentar estas notificaciones y consultas. El Comité de Auditoría supervisa el funcionamiento de los procedimientos establecidos en la recepción de las consultas y notificaciones y valida la respuesta dada.

Lucha contra la corrupción y blanqueo de capitales

Las actuaciones llevadas a cabo en materia de anticorrupción y contra el blanqueo de capitales se enmarcan en la implantación de la política de 'Compliance' por parte del Grupo EROSKI. Desde el año 2017 disponemos de un Plan de Prevención de Riesgos Penales en el que se establece el diseño de la política preventiva y se definen de las medidas de control interno que deben implantarse. Para ello, se ha elaborado un Manual de Prevención de Riesgos Penales que incluye

- El detalle de las situaciones de riesgo que eventualmente pueda tener que afrontar el Grupo.
- El establecimiento de los protocolos de actuación ante operaciones que entrañen un potencial riesgo delictivo.
- La formulación de las recomendaciones necesarias para el diseño de una política eficaz de prevención de delitos, en las que también se define el modelo de delegación y control del Grupo en cuanto a la notificación de incidencias, implantación de medidas o mejora de las ya establecidas, y la comunicación de conductas delictivas al Consejo de Administración.

Para cumplir las obligaciones en materia de cumplimiento ha entrado en funcionamiento el Órgano de Control Interno. Este cuenta con el auxilio de la Oficina de Cumplimiento, que se encarga de la gestión y la implantación del Plan de Prevención de Riesgos Penales.

Nuestro Código Ético

Nuestro Código Ético es el eje de la gestión diaria, que en la práctica se corresponde con las siguientes líneas de actuación:

Incluir

la gestión ética entre los objetivos principales de la Dirección.

Asumir y contribuir

a la mejora continua de los niveles de responsabilidad social recogidos en la legislación.

Verificar

a través de indicadores la conducta ética de la organización para definir las áreas de actividad necesitadas de mejora.

Fijar objetivos

de mejora en la gestión ética y elaborar y adoptar planes para su consecución.

Formar e informar

adecuadamente a todas las personas involucradas en la aplicación del sistema de gestión y promover la adopción de buenas prácticas de responsabilidad social.

Informar

adecuadamente sobre el Código Ético adoptado a proveedores y subcontratistas y crear mecanismos para la transferencia del conocimiento sobre la responsabilidad social.

Atender

a las partes interesadas externas (consumidores, comunidades de vecinos, Administración, clientes, proveedores, etc.) que indaguen sobre nuestro comportamiento social.

Comunicar

a la sociedad, abierta y eficazmente, nuestro Código Ético, sus normas y el cumplimiento de sus objetivos.

Prevención y gestión de conflictos de intereses

Hemos establecido diferentes mecanismos para la prevención o gestión de los conflictos de intereses que pudieran suscitarse con las siguientes normas internas: los Estatutos Sociales de EROSKI S. Coop., el Reglamento del Comité de Auditoría y Cumplimiento, el Código de Conducta corporativo, el Procedimiento Interno de Contratación y el Estatuto del Directivo.

Según nuestra normativa, la Asamblea General debe autorizar cualquier actuación que vincule a la cooperativa con algún miembro del Consejo Rector, la Comisión de Vigilancia o con la Dirección, o con cualquiera de sus familiares hasta segundo grado de consanguinidad o afinidad. Asimismo, dentro de las competencias atribuidas al Comité de Auditoría y Cumplimiento se encuentra la de informar al Consejo Rector acerca de las situaciones de conflicto de interés en que pudieran incurrir consejeros y directivos, según informes de la Comisión de Nombres y Retribuciones.

Gestión de impactos y riesgos

La identificación, evaluación y gestión de los impactos, riesgos y oportunidades de carácter económico, ambiental y social corresponde principalmente al Comité de Auditoría y Cumplimiento y al Órgano de Control Interno de EROSKI S. Coop., que se encargan de informar puntualmente al Consejo Rector, el cual es, en último término, el órgano responsable de velar por el cumplimiento de las normas internas relativas a la gestión de todos los riesgos que puedan amenazar a la organización.

Además, hemos desarrollado un **Plan de Prevención de Riesgos Penales**, que se revisa anualmente, y en el que se identifican los delitos con una mayor probabilidad de ser cometidos dentro de las actividades desarrolladas en el Grupo EROSKI. Este plan alcanza a todo el Grupo EROSKI, excepto VEGALSA, que tiene el suyo propio, y FORUM SPORT y Viajes EROSKI a los que se extenderá en 2019. En él se señalan los departamentos o áreas que se podrían encontrar más afectados por su potencial comisión, las actuaciones que llevarían a infringir la regulación y las medidas de prevención que deben ser implantadas por los grupos de riesgo, así como los procesos de monitorización que se desarrollarán para su inspección o acreditación.

Respecto a los delitos contra los recursos naturales y el medio ambiente, se prevén determinadas actuaciones de riesgo que podrían involucrar a distintos departamentos de EROSKI, así como las medidas de prevención para evitarlas y los controles específicos implantados, que, básicamente, consisten en sistemas de reporte entre los distintos órganos del Grupo. También contamos con una póliza de responsabilidad ambiental que tiene un límite agregado anual para todas las coberturas de 10 millones de euros y un límite por siniestro para todas las coberturas de 5 millones de euros.

En este contexto preventivo, anualmente el Consejo Rector analiza en profundidad los riesgos corporativos en general. En el Informe anual de gobierno corporativo (apartado E), disponible en la web de EROSKI, se aporta información relativa a los riesgos (alcance del sistema de gestión de riesgos, órganos responsables del sistema de gestión de riesgos, riesgos materializados en el ejercicio, etc.).

Pertenencia a asociaciones 102-13

Como cooperativa y asociación de consumidores

País Vasco

- Grupo cooperativo MONDRAGON
- Consejo Económico y Social Vasco (CESV)
- Federación de Cooperativas de Trabajo Asociado, Enseñanza, Consumo y Crédito de Euskadi (ERKIDE)
- Elkar-lan S.Coop. - Sociedad para la promoción de cooperativas
- Confederación de Cooperativas de Euskadi (KONFEKOOP)
- Instituto Vasco de Consumo (Kontsumobide)
- Consejo Superior de Cooperativas de Euskadi (CSCE-EKGK)
- Work Lan (Asociación sin ánimo de lucro para el fomento de empresas de la economía social)

España

- Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOOOP)
- Confederación Empresarial Española de Economía Social (CEPES)
- Consejo Económico y Social de España (CES)
- Consejo de Consumidores y Usuarios
- Consejo Consultivo de la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN)

Europa

- European Community of Consumer Cooperatives (Euro Coop)

Ámbito empresarial

- Asociación Española de Grandes Empresas de Distribución (ANGED)
- Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados (ACES)
- Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC)
- Asociación Empresarial de l'Hospitalet y Baix Llobregat (AEBALL)
- Sociedad Económica Barcelonesa de Amigos del País (SEBAP)
- Foment del Treball Nacional
- Asociación empresarial de comerciantes de Menorca (ASCOMÉ)
- Agrupación Balear del Comercio (ABACO)
- Asociación de Comercios de Alimentación de las Islas Baleares (ACAIB)
- Confederación Balear de Comercio (CBC)
- Federación Patronal De Empresarios De Comercio De Baleares (AFEDECO)
- Confederación de Asociaciones de Empresarios de Baleares (CAEB)

- Confederación Empresarios Galicia (CEG)
- Confederación Empresarios Coruña (CEC)
- Asociación de Empresarios AGRELA
- Asociación de Empresarios del Polígono de Sabón - Arteixo
- Confederación de Empresarios de Orense (CEO)
- Confederación de Empresarios de Ferrolterra, Eume y Ortegall
- Federación Asturiana de Empresarios (FADE)
- Asociación Empresarios Hostelería A Coruña
- Asociación Polígono de o Ceao (Lugo)
- Club financiero de Vigo (Círculo de Empresarios de Galicia)
- Club financiero de A Coruña (Club Financiero Atlántico)
- Cámara de Comercio de Álava
- Cámara de Comercio de Bilbao

- Confederación de Empresarios de Navarra (CEN)
- Cambra de Comerç Barcelona
- Cámara de Comercio de Mallorca
- Círculo de Economía de Barcelona
- Red Española del Pacto Mundial
- Retail Forum for Sustainability
- Asociación de Empresas Vascas por la Sostenibilidad (IZAITE)
- Basque Ecodesign Center
- Fundación AZTI
- Fundación Basque Culinary Center
- 5 al día
- ECOEMBES
- ESADE (Universidad Ramon Llull)
- IESE (Universidad de Navarra)
- Escodi (Universidad de Barcelona)
- Fundación Pasqual Maragall
- Fundación Abadía de Montserrat
- Fundación Impulsa Balears
- Sport Cultura Barcelona



Desempeño económico

102-7; 201-1; 201-4; 203-1; 203-2; 413-2

243 millones
de pasos por caja

5.393 millones
de facturación

4.698 millones
de ventas netas en distribución

Cuenta de resultados del Grupo EROSKI

Extracto en miles de euros a 31 de enero de 2019	2018	2017	2016
Ingresos ordinarios	4.958.957	5.035.577	5.393.938
Ventas netas distribución	4.698.075	4.792.066	5.164.579
Otros ingresos	260.882	243.511	229.359
Beneficio operativo (antes de deterioros, resultados venta inmovilizado y actividades no corrientes)	163.616	137.367	136.909
Deterioro, resulta venta inmovilizado y activos no corrientes	-42.883	-20.848	5.837
Beneficio antes de financieros e impuestos	120.733	116.519	142.746
Resultado financiero	-114.513	-64.631	-90.696
Participación beneficio/pérdidas de las inversiones aplicando método de participación	-1.711	3.677	508
Impuesto sobre las ganancias	-2.923	-32.106	-59.333
Beneficio neto por actividades interrumpidas	0	9.754	-16.025
Resultado del ejercicio	1.586	33.213	-22.800

Generamos riqueza en nuestro entorno

En EROSKI no solo repartimos los beneficios generados mediante nuestra actividad empresarial entre las Socias y Socios Trabajadores de la cooperativa y con el resto de las sociedades del Grupo, sino que, además, generamos riqueza directamente en los distintos actores de nuestra cadena de valor. A la hora de generar impactos económicos positivos, en EROSKI tenemos muy presente a las personas consumidoras, uno de nuestros principales grupos de interés como cooperativa de consumo que es nuestra matriz. Prueba de ello es que, durante el pasado ejercicio, hemos transferido más de 302 millones de euros a nuestra clientela a través de ofertas personalizadas, campañas y promociones. Al mismo tiempo, somos conscientes de que nuestro compromiso con el entorno debe extenderse más allá de los impactos económicos directos que nuestra actividad genera y, por ello, hemos aportado casi 10 millones de euros en 2018 para fines sociales a través de los distintos negocios del Grupo y de la FUNDACIÓN EROSKI. La formación e información al consumidor, la solidaridad y la promoción de la cultura y los entornos locales son los pilares fundamentales sobre los que desarrollamos nuestro compromiso social.

Asimismo, durante el ejercicio 2018, las más de 19.000 empresas proveedoras de productos y servicios con las

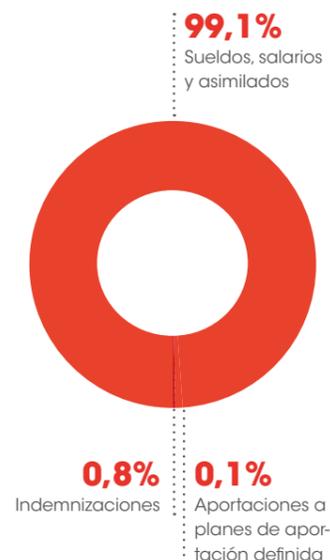
que trabajamos han recibido alrededor de 4.013 millones de euros por efecto de nuestra relación comercial. En este sentido, es resaltable que aproximadamente el 50 % de nuestros proveedores comerciales estatales son pequeños productores locales, ya que nuestra política de compras y aprovisionamiento busca impulsar un sector agroalimentario sostenible.

Otro elemento de referencia es el impacto económico directo que nuestra actividad como distribuidor supone por el empleo que generamos. Las 30.048 personas trabajadoras de EROSKI percibieron en total más de 490 millones de euros de compensación por su desempeño, y los organismos estatales pertinentes ingresaron 190 millones de euros por las contribuciones sociales e impuestos atribuibles a nuestra plantilla, además de por las aportaciones sobre ganancias y otros tributos.

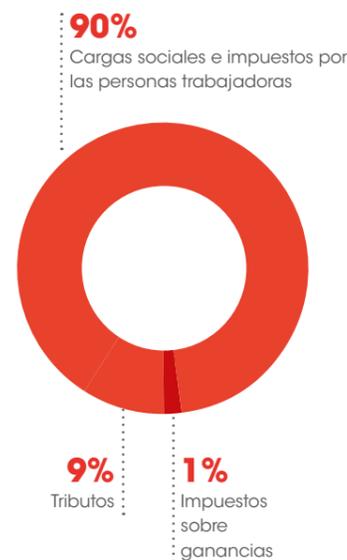
Asimismo, la protección medioambiental y la minimización de cualquier impacto negativo que por razón de nuestra actividad podamos generar en el medio ambiente son siempre elementos relevantes que tener en cuenta. Por ello, destinamos más de 17 millones al año a inversiones dirigidas a reducir nuestra huella ambiental y a preservar y proteger los recursos naturales del planeta.

Aportaciones económicas directas a algunos grupos y áreas de interés

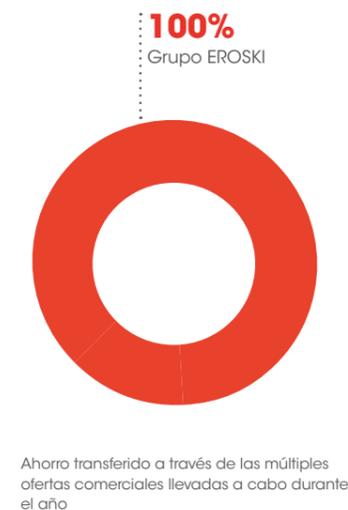
Personas trabajadoras
490 millones de euros



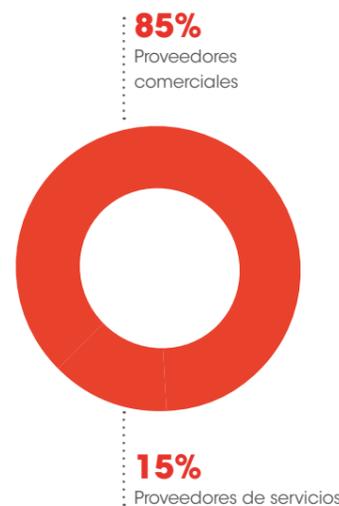
Estado
191 millones de euros



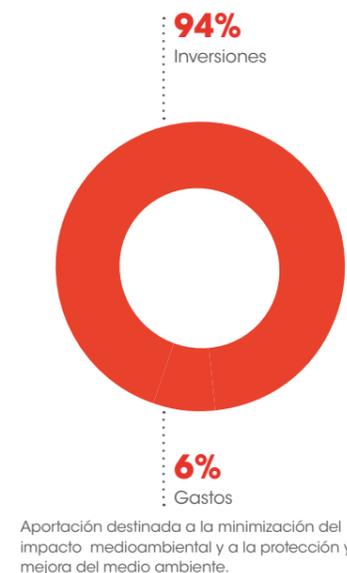
Clientes
302 millones de euros



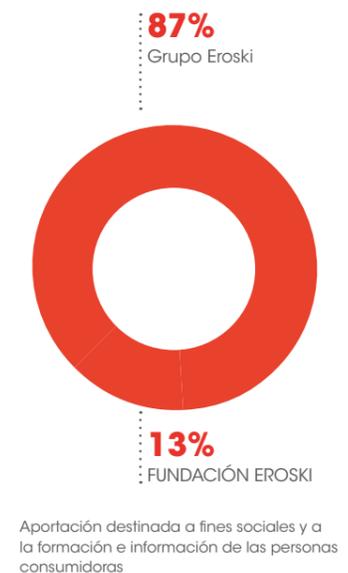
Empresas proveedoras
4.013 millones de euros



Medio ambiente
17 millones de euros



Sociedad
10 millones de euros



Compromiso con la salud y la sostenibilidad

En EROSKI, desde nuestro nacimiento hace cincuenta años, hemos mantenido nuestro compromiso con una alimentación de calidad, aumentando constantemente nuestras exigencias para ofrecer un producto más sostenible y capaz de satisfacer las necesidades de nuestros consumidores.

Por ello, incorporamos en nuestra organización, y de manera integral, el criterio de desarrollo sostenible, alineando nuestros planes de gestión y estratégicos con la minimización y mitigación de los impactos negativos y la promoción de los positivos. Así, con una actitud proactiva, trabajamos transversalmente en los aspectos de nuestra actividad que puedan afectar al medio natural y a los grupos con los que interactuamos.

Dado nuestro marcado carácter social y nuestra responsabilidad con el producto, en EROSKI creemos que la tienda es el lugar idóneo desde donde impulsar una buena alimentación, más saludable y más respetuosa con el entorno. Durante 2017 trabajamos para plasmar nuestros compromisos con la sociedad y el medio ambiente, de forma que **en 2018 hemos publicado los 10 Compromisos de EROSKI por la Salud y la Sostenibilidad**. Estos compromisos, definidos con la colaboración de más de 7.800 personas, nos marcan el camino de los próximos años, con una hoja de ruta para avanzar en lo que de verdad les importa tanto a los consumidores como a la sociedad.

Compromiso 1
Nos implicamos con la seguridad alimentaria

Estamos comprometidos con la seguridad alimentaria, controlando la trazabilidad de los productos y el mantenimiento de la cadena de frío de los frescos. Además, tenemos un plan de calidad preventivo por el que realizamos más de 11.000 análisis de producto y auditamos a más de 300 proveedores al año.

Compromiso 1 Nos implicamos con la seguridad alimentaria

Estamos comprometidos con la seguridad alimentaria, controlando la trazabilidad de los productos y el mantenimiento de la cadena de frío de los frescos. Además, tenemos un plan de calidad preventivo por el que realizamos más de 11.000 análisis de producto y auditamos a más de 300 proveedores al año.

Compromiso 2 Promovemos una alimentación equilibrada

Promovemos el consumo de alimentos que favorecen una alimentación equilibrada, con promociones y precios que faciliten su compra en nuestras tiendas, prestando un asesoramiento profesional por parte de todos quienes formamos EROSKI y mejorando la calidad de los productos de nuestras marcas mediante la reducción de componentes cuyo consumo excesivo es perjudicial para la salud.

Compromiso 3 Prevenimos la obesidad infantil

Trabajamos para prevenir la obesidad infantil promoviendo y facilitando una alimentación equilibrada para la infancia, priorizando la calidad de nuestros productos y fomentando el consumo de productos saludables. Además, formaremos a dos millones de niños y a sus familias en hábitos de vida saludable para el 2025.

Compromiso 4 Atendemos las necesidades nutricionales específicas

Trabajamos para que las personas con necesidades específicas encuentren en nuestras tiendas todo lo necesario para su alimentación, ampliando la diversidad de la oferta y ofreciendo alternativas, como nuestro servicio de encargos o nuestra tienda online.

Compromiso 5 Favorecemos un consumo responsable y respetuoso con el medio ambiente

Facilitamos una alimentación sostenible, reduciendo el impacto ambiental de nuestros procesos, tiendas y productos. Además, promovemos los productos ecológicos y los procedentes de procesos de producción más sostenibles, así como la reducción de aditivos artificiales.

Compromiso 6 Ofrecemos más productos locales

Contribuimos al desarrollo del entorno social y económico de nuestras tiendas, ofreciendo más de 20.000 productos locales en colaboración con 2.400 pequeños productores. Además, promovemos la cultura local en la comunidad a través de eventos gastronómicos, visitas a las instalaciones de producción y colaborando en las fiestas de mayor arraigo y tradición.

Compromiso 7 Facilitamos comer bien a buen precio

Mejoramos los precios en los productos necesarios para llevar una alimentación equilibrada y responsable y desarrollamos propuestas de ahorro personalizadas para nuestros socios y socias, garantizando así un mejor acceso a una alimentación equilibrada y sostenible.

Compromiso 8 Actuamos desde la escucha, con claridad y transparencia

Actuamos de forma clara y transparente, contando siempre con la participación de socios y socias, personal laboral y clientes, así como otros grupos de interés. Además, buscamos la máxima claridad y transparencia en la información que ofrecen nuestros envases.

Compromiso 9 Nos cuidamos como trabajadores

Promovemos la formación en materia de salud, bienestar y consumo responsable con el objetivo de mejorar la calidad de vida de nuestros trabajadores y trabajadoras, ofreciendo formación, asesoramiento, actividades, programas y herramientas para nuestra plantilla y sus familias.

Compromiso 10 Impulsamos un estilo de vida más saludable

Impulsamos la información sobre salud y sostenibilidad a través de canales como la revista EROSKI CONSUMER y la web www.consumer.es. Además, disponemos de nuestro programa de asesoramiento personalizado para socios del Club EROSKI e impulsamos la formación de niños y niñas y de sus familiares a través de nuestro Programa Educativo en Alimentación y Hábitos Saludables (PEAHS).



EROSKI con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 102-12

En un contexto en el que los impactos de nuestra actividad alcanzan una dimensión no solo local sino también global, creemos importante alinear nuestros compromisos con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) aprobados en 2015 por Naciones Unidas.

Esta Agenda 2030 nace con el fin fundamental de involucrar a organizaciones públicas y privadas para aunar esfuerzos en los mayores desafíos del mundo actual: la erradicación de la pobreza, la protección del planeta y asegurar la prosperidad de todos. Nuestros compromisos se alinean perfectamente con nuestros ODS prioritarios: salud y bienestar (n.º 3) y producción y consumo responsables (n.º 12).

Creemos que la única vía para alcanzar el objetivo global de desarrollo sostenible es trabajar conjuntamente con el resto de los agentes económicos, sociales y medioambientales. Por esta razón, somos miembros fundadores del Pacto Mundial, una iniciativa internacional propuesta por las Naciones Unidas en 2002, que promueve implementar diez principios universalmente aceptados para fomentar la responsabilidad social empresarial en

las áreas de derechos humanos y empresa, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción en las actividades y la estrategia de negocio. Cada año reafirmamos nuestro compromiso con estos cuatro puntos que son inherentes a las decisiones que tomamos en los planes estratégicos y en los planes de gestión anuales. Además, el Pacto Mundial es catalizador de los esfuerzos de empresas y organizaciones en la consecución de los ODS.

En EROSKI trabajamos para que, por medio de nuestras acciones, ayudemos a alcanzar las 17 metas globales fijadas para 2030, con un impacto positivo en el planeta. En los capítulos que abordaremos a continuación, mostramos cómo nuestras líneas de trabajo responden a nuestros compromisos y a esta agenda común y universal.



FUNDACIÓN EROSKI

Para materializar las acciones en favor de la sostenibilidad, dedicamos un mínimo del 10 % de nuestros beneficios al Fondo de Contribución Obligatoria para Educación y Promoción Cooperativa y otros fines de interés público. Estos recursos económicos se canalizan en parte a través de la FUNDACIÓN EROSKI, entidad nacida en 1997, que desarrolla su actividad según cuatro grandes ejes:

Para articular estos ejes, la Fundación cuenta con un equipo técnico multidisciplinar que promueve acciones en favor de las personas consumidoras, realiza campañas de divulgación, edita revistas y guías, ofrece becas y ayudas y colabora con organizaciones sociales. El Patronato de la Fundación garantiza que el Plan de Actuación definido anualmente se desarrolle bajo los principios de imparcialidad, independencia, transparencia, eficiencia y responsabilidad.

Entre otras líneas estratégicas y programas, la Fundación gestiona y promueve el programa de la Escuela de Alimentación o la publicación EROSKI CONSUMER.

Ejes de actividad de la FUNDACIÓN EROSKI



- 1 La formación e información de las personas consumidoras.
- 2 La promoción educativa, cultural y profesional, en especial en materia consumerista y de compromiso con el entorno y el medio ambiente.
- 3 La solidaridad y promoción asistencial.
- 4 La investigación, desarrollo e innovación en relación con el consumerismo, alimentación, medio ambiente y los hábitos de vida saludables.

Una Gestión de Responsabilidad Social Corporativa de premio

EROSKI, galardonado con el premio a la Mejor Gestión de Responsabilidad Social Corporativa en la XI edición de los Premios Empresariales de Mercados del Vino y la Distribución

VEGALSA-EROSKI, galardonada con el Premio Cantábrico Excelente de Responsabilidad Social Corporativa.

Relación de los contenidos de la memoria con los compromisos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Capítulo	Compromisos Salud y Sostenibilidad	Objetivos de Desarrollo Sostenible
1 EROSKI	8: Actuar con claridad y transparencia	8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO, 16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS, 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS
2 Red y modelo comercial "contigo"	2: Promover una alimentación equilibrada 6: Ofrecer más productos locales 7: Facilitar comer bien a buen precio 8: Actuar con claridad y transparencia 10: Impulsar un estilo de vida más saludable	3 SALUD Y BIENESTAR, 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO, 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES, 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS
3 Alimentación saludable	1: Implicarnos con la seguridad alimentaria 2: Promover una alimentación equilibrada 3: Prevenir la obesidad infantil 4: Atender las necesidades nutricionales específicas 5: Favorecer un consumo responsable 8: Actuar con claridad y transparencia 10: Impulsar un estilo de vida más saludable	3 SALUD Y BIENESTAR, 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD, 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES, 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS
4 Personas trabajadoras	8: Actuar con claridad y transparencia 9: Cuidarnos como trabajadores 10: Impulsar un estilo de vida más saludable	1 FIN DE LA POBREZA, 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD, 5 IGUALDAD DE GÉNERO, 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO, 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES, 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS
5 Cadena de valor	6: Ofrecer más productos locales 7: Facilitar comer bien a buen precio 8: Actuar con claridad y transparencia	1 FIN DE LA POBREZA, 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA, 11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES, 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES, 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS
6 Medio ambiente	5: Favorecer un consumo responsable 8: Actuar con claridad y transparencia 10: Impulsar un estilo de vida más saludable	2 HAMBRE CERO, 6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO, 7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE, 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA, 11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES, 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES, 13 ACCIÓN POR EL CLIMA, 14 VIDA SUBMARINA, 15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES, 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS
7 Acción social	5: Favorecer un consumo responsable 6: Ofrecer más productos locales 8: Actuar con claridad y transparencia	1 FIN DE LA POBREZA, 2 HAMBRE CERO, 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD, 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA, 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES, 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS
8 Transparencia	8: Actuar con claridad y transparencia	16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS