

# Principios de elaboración de la memoria

102-45; 102-46; 102-48; 103-1

En EROSKI trabajamos para mejorar y ampliar cada año la información de desempeño que presentamos a nuestros grupos de interés como parte de nuestro compromiso con la transparencia dentro y fuera de la organización. Por eso, hemos elaborado esta memoria con base en los estándares de Global Reporting Initiative (GRI), una institución independiente fundada en 1997 que es el marco de referencia más usado a nivel mundial en informes de sostenibilidad y a la que apoyamos desde hace más de

una década como miembros de su Comunidad GOLD. Al aplicar los criterios y principios recogidos en los estándares de GRI, buscamos asegurar que la calidad de la memoria y su contenido estén alineados con las expectativas de nuestros grupos de interés, además de permitir la comparación de los distintos indicadores reportados con nuestros resultados en años sucesivos y con los informes presentados por otras organizaciones.

## Alcance de la memoria

Las sociedades para las que se reportan datos en esta memoria son aquellas afectadas por la Ley 11/2018 de Información No Financiera y Diversidad. Estas son las 27 sociedades incluidas en los estados consolidados financieros, aunque no todas tienen un impacto en todos

los aspectos no financieros reportados en la memoria. La siguiente tabla presenta el desglose de sociedades de los estados consolidados financieros por agrupación de aspectos materiales reportados.

SOCIEDAD	ASPECTOS ECONÓMICOS Y PROTECCIÓN DE DATOS	ASPECTOS AMBIENTALES	ASPECTOS SOCIALES LABORALES PRODUCTO-CLIENTE
EROSKI, S.COOP.			
CECOSA HIPERMERCADOS, S.L.			
EQUIPAMIENTO FAMILIAR Y SERVICIOS, S.A.			
CECOSA DIVERSIFICACIÓN, S.L.			
CECOSA SUPERMERCADOS, S.L.			
GRUPO EROSKI DISTRIBUCIÓN, S.A.			
GESTION DE HIPERMERCADOS CAPRABO EISA, S.L.U.			
SUPERMERCADOS PICABO, S.L.U			
PARQUE MARITIMO JINAMAR, S.L.			
FORUM SPORT, S.A.			
VIAJES EROSKI, S.A.			
CENTRAL DE SERVEIS CIENCIES, S.L.			
CAPRABO, S.A.			
SOCIEDAD FRANQUICIAS EROSKI CONTIGO, S.L.			
EROSKI HIPERMERCADOS, S.COOP.			
ALCAMUGA, S.A.U.			
CECOSA INSTITUCIONAL, S.L.			
CECOSA GESTIÓN, S.A.			
DESARROLLOS COMERCIALES DE OCIO E INMOBILIARIOS DE ORENSE, S.A.			
SOCIEDAD DE AFILIADOS EROSKI CONTIGO, S.L.			
JACTUS SPAIN, S.L.			
INMOBILIARIA RECARÉ, S.A.U.			
GESPA FORUM, S.C.P.			
APORTACIONES FINANCIERAS EROSKI, S.A.			
VEGONSA AGRUPACIÓN ALIMENTARIA, S.A.			
VEGO SUPERMERCADOS, S.A.			
MERCASH SAR, S.L.			

La ausencia de información ambiental o social en algunas de estas sociedades se debe a que no cuentan con trabajadores ni actividad directa con personas consumidoras, por lo que no generan ningún impacto en esos aspectos no financieros. Adicionalmente, se incluye información sobre las acciones de la Fundación EROSKI en relación con el estándar GRI-413 de comunidades locales.

De estas sociedades, las que son propietarias de establecimientos para los distintos negocios que presentamos en el capítulo 2 (red comercial y modelo comercial "contigo") son las siguientes:

SOCIEDAD	HIPERMERCADOS	SUPERMERCADOS	GASOLINERAS	OCIO Y DEPORTE	AGENCIAS DE VIAJES	ÓPTICAS	TIENDAS ONLINE
EROSKI, S.COOP.							
CECOSA HIPERMERCADOS, S.L.							
EQUIPAMIENTO FAMILIAR Y SERVICIOS, S.A.							
CECOSA SUPERMERCADOS, S.L.							
GESTION DE HIPERMERCADOS CAPRABO EISA, S.L.U.							
SUPERMERCADOS PICABO, S.L.U							
FORUM SPORT, S.A.							
VIAJES EROSKI, S.A.							
CAPRABO, S.A.							
VEGO SUPERMERCADOS, S.A.							



## Análisis de materialidad 102-49

Durante el año 2018, en EROSKI hemos llevado a cabo una actualización y mejora del análisis de materialidad de 2017. Este análisis de materialidad se realiza con el objetivo de determinar qué aspectos son relevantes a la hora de reflejar los impactos económicos, ambientales y sociales de la organización, de influir en las decisiones de los grupos de interés, o de generar un impacto sobre

la economía, el medio ambiente o la sociedad. Aquellos que se consideran relevantes son los que se reflejan en la matriz de materialidad.

Así, para identificar aquellos temas potencialmente materiales, se han tenido en cuenta:

**Fuentes bibliográficas**, entre las que destacan estándares de referencia elaborados por GRI, como los GRI Standards o los suplementos sectoriales, por Governance & Accountability, Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, además de la Ley 11/2018 de Información No Financiera y Diversidad.

**Información proveniente del mercado**, principalmente publicaciones elaboradas por empresas del sector y/o la cadena de suministro de EROSKI.

**Información interna y externa de la organización y sus grupos de interés**, como resultados de grupos focales y encuestas realizadas con la plantilla, consumidores, socios, proveedores, tercer sector, administración pública, servicios financieros e inversores y medios de comunicación.

A continuación, se han priorizado algunos de los aspectos, es decir, se han elegido aquellos que son más relevantes para EROSKI y nuestros grupos de interés. Para este ejercicio se ha llevado a cabo un análisis interno (relevancia para EROSKI) y externo (relevancia para los grupos de interés) para conocer el grado de importancia que tenían los temas identificados.

El método de consulta utilizado ha sido, mayoritariamente, la encuesta online para los grupos de interés (perspectiva externa) y para las personas que tienen responsabilidades en la toma de decisiones en EROSKI (perspectiva interna). Estos grupos incluyen al Consejo de Dirección, la plantilla, franquicias, socios cliente, socios consumidores, tercer sector, proveedores, administración pública, servicios financieros y medios de comunicación. Este proceso ha supuesto realizar una consulta directa, así como ampliar el alcance de la consulta a un mayor número de personas, por lo que se considera que los resultados obtenidos permiten dar una mejor respuesta a las expectativas de los diferentes grupos de interés.

Posteriormente, se han ponderado las respuestas en función del grado de importancia de cada grupo de interés para EROSKI, y se ha procedido a su revisión y validación para asegurar que la materialidad refleja de manera razonable y equilibrada el desempeño de la organización en materia de sostenibilidad, tanto de sus impactos positivos como negativos.

Finalmente, se ha obtenido la matriz de materialidad, en la que se han identificado aquellos aspectos materiales para la organización.



Alta	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presencia en el mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anticorrupción</li> <li>Innovación</li> <li>Trazabilidad del producto</li> <li>Protección de datos de carácter personal</li> <li>Efluentes y Residuos</li> <li>Empleo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento socioeconómico y ambiental</li> <li>Marketing y etiquetado</li> <li>Materiales</li> <li>Salud y seguridad en el trabajo</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impactos económicos indirectos</li> <li>Energía</li> <li>Formación y enseñanza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desempeño económico</li> <li>Accesibilidad</li> <li>Diversidad e igualdad de oportunidades</li> <li>No discriminación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prácticas adquisición</li> <li>Seguridad de los clientes</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Competitividad en el mercado</li> <li>Política pública</li> <li>Emisiones</li> <li>Desperdicio alimentario</li> <li>Biodiversidad</li> <li>Agua</li> <li>Contaminación atmosférica</li> <li>Gestión de clientes</li> <li>Libertad de asociación y negociación colectiva</li> <li>Inserción e inclusión social</li> <li>Conciliación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Competencia desleal</li> <li>Comunidades locales*</li> <li>Formación a las personas consumidoras</li> <li>Relaciones trabajador - empresa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluación social y ambiental de proveedores</li> <li>Evaluación de derechos humanos</li> <li>Salud de los clientes</li> </ul>
Baja	Media	Alta	

- Gestión ambiental
- Compromisos, políticas y gestión responsable
- Empleo y relaciones laborales
- Cientes, consumidores y responsabilidad del producto

Los temas materiales son los incluidos en las áreas sombreadas y adicionalmente se han incorporado los señalados con el símbolo \* por su relación e importancia con la actividad de EROSKI.

**Aspectos económicos**  
 Desempeño económico  
 Presencia en el mercado  
 Anticorrupción  
 Innovación  
 Cumplimiento socioeconómico y ambiental  
 Prácticas adquisición  
 Evaluación social y ambiental de proveedores  
 Evaluación de derechos humanos  
 Comunidades locales

**Aspectos ambientales**  
 Materiales  
 Efluentes y Residuos  
 Energía  
 Emisiones  
 Desperdicio alimentario

**Aspectos sociales / laborales / producto-cliente**  
 Empleo  
 Salud y seguridad en el trabajo  
 Diversidad e igualdad de oportunidades - No discriminación  
 Marketing y etiquetado  
 Accesibilidad  
 Seguridad de los clientes  
 Salud de los clientes  
 Protección de datos de carácter personal  
 Trazabilidad del producto

## Lista de aspectos materiales y su cobertura 102-46; 103-1

Aspecto material	Dónde se produce el impacto	Implicación de EROSKI	Motivo de su materialidad
Desempeño económico (GRI 201)	Fuera y dentro de la organización	Directa e indirecta	La gestión económica de la organización tiene un gran impacto en los distintos grupos de interés de la entidad. Afecta al número de empleos generados, a las compras de productos y servicios, a la red comercial, a la estrategia empresarial, a la gestión de la deuda y al reparto de beneficios, entre otros aspectos.
Presencia en el mercado (GRI 202)	Fuera de la organización	Directa e indirecta	Una organización como EROSKI, que busca potenciar el desarrollo del entorno en el que opera, debe disponer de una política de contratación y de salarios que promueva el desarrollo local.
Prácticas de adquisición (GRI 204)	Fuera de la organización	Directa	El volumen de compras y el número de proveedores que tenemos supone un posible impacto significativo en el desarrollo de los proveedores locales en el entorno en que operamos.
Anticorrupción (GRI 205)	Fuera y dentro de la organización	Directa	Tener un comportamiento empresarial ético y responsable es prioritario para nuestros grupos de interés: adoptamos medidas para luchar contra la corrupción y el soborno.
Innovación	Fuera y dentro de la organización	Directa	Innovar en el diseño y mejora de los productos y servicios permite seguir aumentando la seguridad y calidad de nuestra oferta.
Materiales (GRI 301)	Fuera y dentro de la organización	Directa e indirecta	La fabricación, uso y disposición de envases y embalajes puede tener un impacto importante en el medio ambiente. Por ello, optimizar el consumo de materiales y utilizar aquellos más sostenibles y en menor cantidad es fundamental para nuestros clientes y la sociedad en general.
Energía (GRI 302)	Fuera de la organización	Directa e indirecta	Promover la eficiencia energética y utilizar energía procedente de fuentes renovables es una prioridad para reducir el impacto ambiental y evitar, además, el uso de combustibles fósiles.
Emisiones (GRI 305)	Fuera de la organización	Directa e indirecta	El impacto en la salud humana y en el clima que las emisiones de gases de efecto invernadero producen es uno de los grandes problemas ambientales actuales y de mayor relevancia para los distintos grupos de interés.
Efluentes y residuos (GRI 306-1, 306-2)	Fuera de la organización	Directa e indirecta	Reducir la cantidad de residuos y vertidos generados es vital para la conservación del medio ambiente. Por tanto, minimizar su impacto ecológico mediante su reutilización, reciclaje u otros aprovechamientos (economía circular) debe ser un objetivo de toda la sociedad.
Desperdicio alimentario (GRI 306)	Fuera y dentro de la organización	Directa e indirecta	Desarrollar iniciativas y acciones para prevenir y evitar el desperdicio de alimentos es un aspecto especialmente importante en el sector alimentario. Al reducir su despilfarro, se reduce, por un lado, la producción ineficiente o innecesaria de alimentos y, por otro, se produce un impacto social positivo generado al distribuir esos alimentos a personas en riesgo de exclusión.
Cumplimiento socioeconómico y ambiental (GRI 307 y 419)	Fuera y dentro de la organización	Directa	El cumplimiento legal en materia socioeconómica y ambiental es necesario para garantizar la ausencia de impactos negativos en relación con la sostenibilidad. Además, puede suponer sanciones económicas y administrativas, así como un riesgo reputacional.
Evaluación ambiental de proveedores Evaluación social de proveedores (GRI 308-414)	Fuera de la organización	Directa e indirecta	Gestionar de forma responsable la cadena de proveedores, introduciendo criterios sociales, ambientales y éticos, favorece la implantación de políticas de responsabilidad, no solo en nuestra entidad sino en toda la cadena de valor.

Aspecto material	Dónde se produce el impacto	Implicación de EROSKI	Motivo de su materialidad
Empleo (GRI 401)	Fuera y dentro de la organización	Directa	La estabilidad y calidad del empleo son claves en una organización como EROSKI, en la que muchas personas trabajadoras son también propietarias de la cooperativa y en la que hay más de 30.000 empleados directos.
Salud y seguridad en el trabajo (GRI 403)	Dentro de la organización	Directa	Las personas trabajadoras es uno de nuestros grupos de interés prioritario, por ello, promover su salud y seguridad y prevenir los riesgos laborales es un aspecto fundamental en la organización.
Diversidad e igualdad de oportunidades No discriminación (GRI 405-406)	Fuera y dentro de la organización	Directa	Disponer de políticas de no discriminación y promover un entorno laboral inclusivo basado en la diversidad, la multiculturalidad y la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.
Evaluación de derechos humanos (GRI 412)	Fuera y dentro de la organización	Directa	Usar criterios relativos a los derechos humanos en las operaciones y en los acuerdos y contratos de inversión significativos, y formar a la plantilla en políticas o procedimientos sobre derechos humanos.
Comunidades locales (GRI 413)	Fuera de la organización	Directa	Participar activamente en la sociedad mediante programas de acción social que contribuyan al desarrollo económico y social de las comunidades donde operamos.
Seguridad de los clientes (GRI 416)	Fuera y dentro de la organización	Directa e indirecta	Como empresa de distribución alimentaria, garantizar la calidad y seguridad de todos los productos junto con nuestros proveedores es crítico para la organización.
Salud de los clientes	Fuera y dentro de la organización	Directa e indirecta	Disponer de productos más saludables y adaptados a dietas especiales es clave para dar respuesta a las necesidades de nuestros clientes. Las altas tasas de obesidad y sobrepeso en España hacen que disponer de productos más saludables y equilibrados sea prioritario para la sociedad. Asimismo, el aumento de alergias alimentarias y las necesidades de colectivos como los celíacos exige que en nuestras tiendas haya alimentos aptos para ellos que cubran sus necesidades.
Marketing y etiquetado (GRI 417)	Fuera y dentro de la organización	Directa e indirecta	Etiquetar los productos con información sobre sus características (ingredientes y contenido nutricional, seguridad en el consumo, reciclabilidad del envase, etc.) es clave para la salud de nuestros clientes y el medio ambiente y forma parte del compromiso de transparencia que tiene EROSKI. Aplicar criterios éticos y de responsabilidad en las comunicaciones de marketing, una atención diferencial y el marketing individualizado tiene una gran relevancia para nuestros clientes.
Protección de datos de carácter personal (GRI 418)	Fuera y dentro de la organización	Directa	Garantizar la protección de datos de carácter personal no es solo una obligación legal sino que es una exigencia de nuestros clientes y un compromiso para EROSKI.
Trazabilidad del producto (GRI 416)	Fuera y dentro de la organización	Directa	Asegurar la trazabilidad de la cadena de suministro en todos sus procesos y niveles es vital para prevenir y controlar cualquier impacto negativo, reduciendo de esta forma los riesgos en ámbitos como la salud o el medio ambiente.
Accesibilidad	Fuera de la organización	Directa	Facilitar la accesibilidad universal de las personas con diversidad funcional a nuestros centros e instalaciones es fundamental para una gran parte de nuestros clientes.

## Información adicional sobre el cálculo de los indicadores presentados en la memoria 102-46; 103-1

Indicador	Alcance	Metodología de cálculo/Comentarios
Información sobre empleados directos (GRI 102-8, 405-1)	Grupo EROSKI	<p>El total de empleados directos y Socios/as Trabajadoras es una media de los datos registrados durante el último mes del ejercicio 2018 (enero de 2019).</p> <p>Los porcentajes por tipo de contrato, jornada, edad, género y categoría profesional corresponden a los datos a 31 de enero de 2019 (fecha fin del ejercicio). Esos porcentajes se han aplicado al número total de personas trabajadoras reportado (30.048).</p> <p>El número e índice de rotaciones corresponde a las personas empleadas que han dejado la organización voluntariamente, por despido, jubilación o fallecimiento.</p>
Información sobre remuneraciones (GRI 102-34, 102-35, 102-36, 102-37, 102-38, 102-39, 202-1, 405-2)	Grupo EROSKI	<p>Se reportan datos de EROSKI S. Coop. y del resto de las sociedades del Grupo, separados por las diferencias respecto a la retribución. Los datos aportados corresponden al año natural 2018. Se utilizan los datos de anticipo de consumo bruto en EROSKI S. Coop. y los datos de retribución bruta anual en el resto de las sociedades. El anticipo de consumo bruto es la suma de la retribución neta y las retenciones IRPF (sin sumar las aportaciones a la Seguridad Social).</p> <p>Los datos de evolución de la Cooperativa se pueden sacar de los informes de años anteriores. Respecto al Grupo, no tenemos ese histórico analizado. Como este año empezamos a trabajar con estos datos, a partir del año que viene podremos empezar a ver la evolución.</p> <p>Los datos utilizados para la comparación con las empresas del IBEX 35 se han sacado de Informe: Evolución de indicadores de buen gobierno en las empresas del IBEX 35 durante el ejercicio 2017. Fundación 1.º de Mayo; enero de 2019.</p>
Información sobre accidentabilidad y formación en prevención de riesgos laborales (GRI 403-2, 404-1)	Grupo EROSKI	Datos correspondientes al año natural 2018.
Envases logísticos reutilizados (GRI 301-3)	Grupo EROSKI (dominio alimentario)	Datos de palés y cajas plásticas usados durante el ejercicio 2018 en las plataformas de EROSKI, CAPRABO y VEGALSA.
Consumo energético dentro de la organización (GRI 302-1)	Grupo EROSKI	<p>No se dispone de datos de consumo de electricidad desglosado por usos. Factores de conversión utilizados en el cálculo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conversión de kilovatio hora a megajulio: 1 kWh = 3,6 MJ.</li> <li>• Consumo de combustible en operaciones de transporte (fuente: Estimaciones propias de EROSKI en función de su flota).</li> <li>• Conversión de litros de diésel a gigajulios (fuente: Factores de emisión. Registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido de carbono. MAPAMA; 2018):</li> <li>- Densidad del diésel: 832,5 kg/m</li> <li>- Poder calorífico del diésel: 343 GJ/t</li> </ul>
Consumo energético fuera de la organización (GRI 302-2)	Grupo EROSKI	<p>Factor de conversión utilizado en el cálculo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumo medio de diésel en viajes de trabajo por carretera: 5,68 l/km. (fuente: Promedio del consumo a los 100 km de vehículos tipo M1, disponible en la base de datos de IDAE).</li> </ul>

Indicador	Alcance	Metodología de cálculo/Comentarios
Intensidad energética (GRI 302-3)	Grupo EROSKI	<p>Indicadores utilizados para calcular el consumo relativo de energía en la organización:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Superficie comercial: 1.298.274 m<sup>2</sup> (a 31 de enero de 2019)</li> <li>• Ventas netas: 4.698 millones de euros.</li> </ul>
Reducción del consumo energético (GRI 302-4)	Grupo EROSKI	Se ha seleccionado 2017 como año base para presentar las reducciones de consumo de combustible en transporte y energía, al corresponder al ejercicio de la primera memoria de sostenibilidad según GRI que hemos elaborado.
Extracción de agua por fuente (GRI 303-1)	Grupo EROSKI	El consumo para el ejercicio 2018 se ha calculado a partir del gasto en agua potable registrado. El precio medio del agua aplicado como factor de conversión es de 2,87 €/m <sup>3</sup> , que ha sido calculado en función de los precios de un muestreo de facturas para las distintas sociedades o negocios con consumo de agua. No se dispone de un registro de todas las fuentes de las que los distintos municipios que suministran a EROSKI extraen el agua.
Biodiversidad (GRI 304-1)	Grupo EROSKI	Fuente de información: Ministerio para la Transición Ecológica. No se han tenido en cuenta las tiendas franquiciadas.
Vertido de aguas	Grupo EROSKI	Se ha estimado que el agua vertida corresponde a un 99 % del agua potable consumida.
Residuos depositados por clientes	Grupo EROSKI	Los datos de pilas, luminarias y aparatos eléctricos y electrónicos corresponden al año natural 2018.
Emisiones directas de GEI (alcance 1) (GRI 305-1)	Grupo EROSKI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Factores de caracterización del potencial de calentamiento global utilizados (kg CO<sub>2</sub>eq/kg CO<sub>2</sub>, kg CO<sub>2</sub>eq/kg CH<sub>4</sub>, kg CO<sub>2</sub>eq/kg N<sub>2</sub>O, HFC emitidos):</li> <li>- GWP100 del IPCC 2013 (fuente: CML – (Institute of Environmental Sciences, Universidad de Leiden), agosto de 2016).</li> <li>- Para las mezclas de refrigerantes, el factor de caracterización correspondiente se ha calculado considerando su composición (% de cada HFC) y los factores de emisión de GWP100-IPCC 2013 de CML (agosto de 2016).</li> <li>• Factores de emisión de CO<sub>2</sub> para el gas natural y el diésel en transporte (fuente: Factores de emisión. Registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido de carbono 2018. MAPAMA; 2019):</li> <li>- 0,203 kg CO<sub>2</sub>/kWh poder calorífico neto.</li> <li>- 0,901 kWh PC neto/kWh poder calorífico superior.</li> <li>• Los factores de emisión de CH<sub>4</sub> y N<sub>2</sub>O para el gas natural corresponden a las Directrices del IPCC de 2006 para los inventarios nacionales de gases de efecto invernadero (Stationary combustion. Tabla 2.4).</li> <li>• Enfoque de consolidación para las emisiones: control operacional.</li> </ul>
Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2) (GRI 305-2)	Grupo EROSKI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Factor de emisión de CO<sub>2</sub> según el mix nacional (fuente: Acuerdo sobre los resultados. El sistema de garantía de origen y etiquetado de la electricidad relativos a la energía producida en el año 2018. CNMC; 2019):</li> <li>- 0,41 kg CO<sub>2</sub>eq/kWh</li> <li>• Factor de emisión de CO<sub>2</sub> según el mix de las comercializadoras (fuente: calculado en función del porcentaje consumido por EROSKI de cada comercializadora y los factores de impacto medio ambiental de la CNMC de 2018 para cada comercializadora):</li> <li>- 0,28 kg CO<sub>2</sub>/kWh.</li> <li>• Enfoque de consolidación para las emisiones: control operacional.</li> </ul>