



# Memòria 2018

Estat  
d'informació  
no financera



GRUPO  
**EROSKI**



HUMANITY  
AT WORK

MONDRAGON

# Memòria 2018

Estat  
d'informació  
no financera



GRUPO  
**EROSKI**

# 1 2 3 4 5 6 7 8





**P**resentem aquesta memòria en coherència amb el nostre exercici natural i necessari de transparència envers la societat i els nostres grups d'interès. Aquest és el tercer any consecutiu que elaborem aquest informe seguint les recomanacions dels nous estàndards de la Global Reporting Initiative (GRI) amb l'objectiu de continuar millorant en la comunicació dels nostres impactes i accions de millora en relació amb les tres perspectives amb les quals mesurem el nostre grau de sostenibilitat: l'econòmica, la social i la mediambiental.

L'exercici de 2018 ens situa a l'equador de l'actual pla estratègic basat en la diferenciació, amb la salut i la sostenibilitat com a eixos principals. Gràcies al bon comportament que està tenint el model comercial "amb tu" hem reforçat el nostre lideratge a la zona nord, zona en la qual fins ara hem concentrat la transformació de la nostra xarxa, la qual, a més a més, complementem amb l'obertura de noves botigues i franquícies que consoliden la nostra posició. Com a conseqüència, els nostres resultats operatius continuen millorant de manera apreciable i confirmen el bon estat de salut del negoci i la nostra sòlida estabilitat dels darrers anys. Els beneficis, fruit de la transformació abordada durant els darrers anys en tota la cadena de valor, des dels processos logístics i la relació amb els proveïdors fins a la botiga i la relació amb els Socis Clients a través d'EROSKI Club, recolzen el nostre full de ruta, que hem de continuar desenvolupant per tal d'aconseguir ser un comerç millor, capaç de donar resposta a les necessitats d'un consumidor en constant evolució. Per aquest motiu, ara ens centrem en accelerar les remodelacions a la resta de mercats, amb un avanç significatiu a les Balears i prenent el vol a Catalunya per, de la mateixa manera, impulsar-hi la nostra competitivitat.

Hem fet un pas important amb els nostres millors clients promovent, amb resultats notables, el Programa Or, que els ofereix descomptes fixos en totes les seves compres. Es tracta d'una iniciativa que desenvolupa el Club de Sòcies i Socis Clients, que ens ha dotat de més capacitat per conèixer-los i oferir-los una relació més intensa, participativa i personalitzada, en la qual continuarem aprofundint.

Continuem avançant en la nostra transformació digital i, per segon any consecutiu, el 2018 hem estat reconeguts com el millor supermercat on-line, fet que confirma l'excel·lent valoració que rebem dels nostres clients. Així mateix, tanquem l'exercici liderant el servei d'entrega de comandes on-line amb 50 punts de recollida, amb cotxe o a la botiga.

A EROSKI creiem que la botiga, física o on-line, és el lloc idoni des d'on impulsar una bona alimentació, més saludable i més respectuosa amb el medi ambient. Per això, el 2018 hem publicat els nostres deu nous compromisos a favor de la salut i la sostenibilitat, que ens marquen el camí. Hem engegat més de vint línies de treball per complir aquests compromisos. Cal destacar la introducció,

pionera a Espanya, de l'etiquetatge nutricional avançat Nutri-Score als productes de marca pròpia. A més a més, hem tornat a promoure la marca EROSKI Natur, amb productes frescos amb un sabor diferencial i un origen responsable assegurat. Les certificacions en benestar animal o de cadena de custòdia del peix sostenible, l'ús responsable d'antibiòtics i l'eliminació de tractament postcollita són alguns dels criteris que compleixen els aliments comercialitzats sota el nom d'aquesta marca.

Apostem també pel consum d'aliments de proximitat impulsant un sector agroalimentari que basa la seva sostenibilitat en el fet que el seu teixit productiu és un element clau per a l'economia i la cultura locals, i per al medi ambient. La nostra convicció com a cooperativa és el que ens fa comprometre'ns amb aquesta diversitat i amb la creació d'entorns col·laboratius per treballar amb un gran nombre de proveïdors. D'aquesta manera, la nostra proposta comercial és cada cop més particular i es focalitza a facilitar una alimentació més saludable i sostenible.

El nostre compromís amb el medi ambient es tradueix també en una millora contínua dels processos i les botigues. L'ecodisseny dels nostres envasos i embalatges per lluitar contra la contaminació a causa de plàstics, la gestió eficient de la logística, i la construcció i renovació de les botigues tenint en compte els criteris ambientals i utilitzant un equip ecoeficient són una bona prova que aquesta línia de treball és també un dels nostres eixos estratègics de desenvolupament.

En línia amb la sostenibilitat mediambiental, però també amb el nostre compromís social, hem mantingut l'objectiu de Malbaratament Zero d'aliments aptes per al consum humà a la nostra xarxa comercial. El 2018 hem donat 4.928 tones de productes, mitjançant més d'un centenar d'organitzacions socials de tot el país, a les persones més necessitades, i tot això amb condicions garantides de seguretat alimentària, gratuïtat i solidaritat. També col·laborem amb les principals causes i entitats solidàries del nostre país, i amb desenes d'organitzacions de diferents tipus, en diverses causes socials. Moltes d'aquestes accions es canalitzen mitjançant la Fundació Eroski, que gestiona el 10% dels nostres beneficis anuals, percentatge que dediquem a projectes socials i solidaris.

Cal esmentar també de manera especial un altre dels nostres eixos principals de treball de la Fundació: l'educació i la formació de les persones consumidores. Desenvolupem aquesta vocació formativa des de fa 40 anys mitjançant el nostre projecte informatiu Eroski Consumer, una revista dirigida als consumidors líder en la nostra llengua que rep prop de 50 milions de visites anuals al seu portal web. A aquest projecte hi hem de sumar l'Escola d'Alimentació de la Fundació EROSKI, amb el Programa Educatiu en Alimentació i Hàbits Saludables, un projecte dirigit a l'àmbit escolar que ha format ja més d'un milió

de nens i nenes des de 2013. Està orientat a ajudar que la ciutadania de demà millori els hàbits alimentaris i, de la mateixa manera que les accions anteriors, s'emmarca en els nostres compromisos per la salut i la sostenibilitat.

Entre totes les persones que formem EROSKI estem reforçant el nostre projecte cooperatiu i guanyant-nos el nostre lloc en el futur. Aquesta fortalesa col·lectiva interna que ens ha permès resistir fins avui, ja són quasi 50 anys, sens dubte serà clau en el nostre futur i en la nostra capacitat per respondre a allò que la societat espera de nosaltres i es mereix. Avancem en la direcció correcta.

Animo a la lectura d'aquest informe anual per conèixer amb més detall la nostra activitat del 2018 i les accions derivades del compromís amb el desenvolupament sostenible, que vam confirmar el 2002 amb la nostra adhesió al Pacte Mundial i que renovem anualment. Així col·laborem per complir els 17 Objectius de Desenvolupament Sostenible de les Nacions Unides que van entrar en vigor l'1 de gener de 2016. Esperem que us resulti interessant i inspirador.

Moltes gràcies

**Agustín Markaide.**  
President del Grupo EROSKI

# Dades destacables 2018



**5.393**

milions d'euros de facturació



**5.000**

tones d'aliments donats  
l'equivalent a 9.747 dietes personals



**30.048**

persones treballadores al Grup EROSKI



**3.000**

productes sense gluten a la nostra oferta,  
entre ells...



**4.698**

milions d'euros de vendes  
netes en distribució



**+43.000**

tones de residus reciclades  
o valoritzades seguint els principis  
de l'economia circular



**413.499**

consultes ateses pel nostre Servei  
d'Atenció al Client. **Premiat per  
setè any consecutiu**



**541**

productes sense gluten de marca pròpia



**1.652**

establiments



**4.200**

proveïdors comercials



**13.000**

Socis i Sòcies clients han  
contribuït amb les seves idees  
a millorar la nostra oferta  
comercial i les nostres botigues



**19.509**

anàlisis de producte i auditories de  
punts de venda, plataformes logístiques  
y plantes de producció de proveïdors de  
marca pròpia.



**58**

noves obertures



**2.493**

petits productors locals i pimes



**+3.300**

llocs de feina en franquícies



**869.411**

escolars formats a través del nostre  
Programa Educatiu en Alimentació i Hàbits  
Saludables (PEAHS)



**+6**

milions de socis i sòcies clients



**21.352**

referències de productes locals



**71%**

dels llocs de responsabilitat estan  
ocupats per dones



**Pioners**

en la incorporació de l'etiqueta  
**Nutri-Score** sobre informació nutricional  
avançada que ajuda a menjar millor



1



EROSKI

# Model d'empresa singular

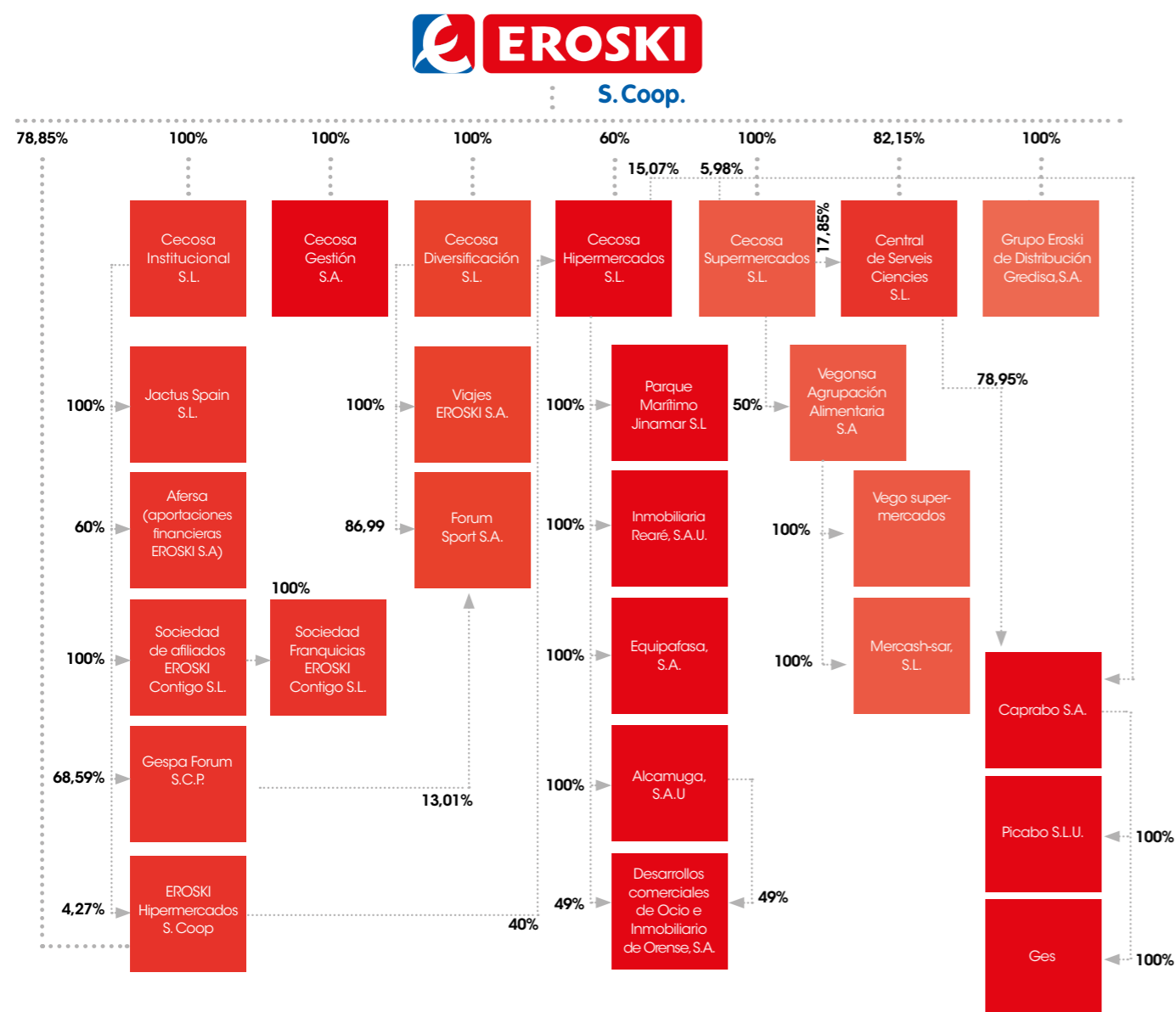
102-1; 102-2; 102-5; 102-7

**E**ROSKI és el primer grup de distribució minorista de bens i serveis de gran consum de caràcter cooperatiu d'Espanya i és operador de referència a les regions de Galícia, el País Basc, Navarra, Catalunya i les Balears. La societat matriu del grup és la cooperativa de consum EROSKI S. Coop., la qual reuneix en si una triple condició: és una empresa de distribució, una organització de consumidors i un projecte cooperatiu en el qual les persones consumidores i treballadores comparteixen protagonisme i sobirania.

Aquest model singular d'empresa ens permet reunir la participació directa de professionals en la gestió de

l'organització amb la incorporació al govern del nostre principal grup d'interès: la clientela. D'aquesta manera, assegurarem el vincle i la coordinació entre l'estratègia específica de l'entitat i les demandes dels treballadors i consumidors en general. Actualment, el desenvolupament i la gestió de la xarxa comercial dels nostres negocis es realitza a través de la cooperativa i de les altres 26 societats dependents de la cooperativa que conformen el Grup EROSKI i que són les que consoliden en els estats financers. El llistat d'aquestes societats es recull al capítol de transparència d'aquesta memòria, així com la relació de cadascuna d'elles amb els aspectes presentats en aquest document.

Organigrama de les 27 societats del Grup EROSKI i del percentatge de participació d'EROSKI S. Coop.:



102-2; 102-6

**A causa de la nostra cerca d'una millor qualitat i excel·lència dels productes i serveis que oferim, dins el grup EROSKI hi ha diverses entitats especialitzades en línies de negocis i zones geogràfiques concretes, entre les quals destaquen:**



**CAPRABO** és la companyia de supermercats de referència a Catalunya. Fundada l'any 1959, és l'empresa de supermercats més antiga d'Espanya, amb una xarxa que arriba a zones estratègiques de Catalunya i Andorra. Des de l'any 2007, CAPRABO forma part del Grup EROSKI.



**VEGALSA-EROSKI**, participada al 50 % per la família González Prieto i EROSKI, forma part del Grup EROSKI des de 1998 i és el referent de la distribució comercial a Galícia. Actualment, també desenvolupa la seva activitat a les comunitats limítrofes d'Astúries i Castella i Lleó, on disposa d'una forta implantació.



**EROSKI** compta amb la seva pròpia agència de viatges, Viajes EROSKI que, a més de la seva activitat en el sector vacacional, té una posició destacada en els viatges d'empresa i organització de congressos, a través de les seves marques Travel Air i Travel Air Events.



**FORUM SPORT** és l'ensenyament d'esports del Grup EROSKI. Amb 25 anys d'experiència en la venda especialitzada de material esportiu i present en 10 comunitats autònomes, la cadena manté un ritme de creixement positiu.



# Missió, visió i valors 102-16

## La nostra missió


**E**ROSKI va sorgir del cooperativisme de consum a la dècada dels 60, quan set petites cooperatives de consum es van unir amb l'objectiu d'aconseguir productes de qualitat a bon preu i defensar els drets de les persones consumidores. Des d'aleshores, hem mantingut la nostra estratègia empresarial alineada amb aquesta finalitat gràcies a la integració de les necessitats i demandes dels consumidors.


La nostra missió és oferir a la societat bens i serveis que millorin la qualitat de vida, la salut i el benestar de les persones consumidores en les millors condicions de qualitat, informació i preu, amb el compromís de fomentar la pràctica d'un consum sostenible.


## La nostra visió


**A** EROSKI posem també les persones treballadores al centre de la nostra activitat, ja que busquem generar ocupació sostenible i de qualitat. A més a més, treballem per obtenir uns beneficis que ens permetin generar més


riquesa i distribuir-la de forma solidària, i tenim un gran compromís amb la salut, el benestar i el desenvolupament sostenible de la societat. Amb això busquem:


 Aportar solucions satisfactòries a la clientela mitjançant la innovació permanent.


 Aconseguir posicions de lideratge al mercat espanyol.


 Comprometre'ns amb la defensa de les persones consumidores.


 Crear un projecte i un model d'empresa integrador de persones.

 Obtenir els beneficis que fan possible un creixement generador de riquesa.

 Promoure el respecte i la gestió favorables al medi ambient.

 Promoure el desenvolupament personal i professional de la plantilla.

 Potenciar l'economia de l'entorn en el qual operem treballant amb proveïdors locals.

 Contribuir a la millora de la comunitat on actuem.



La nostra visió ens impulsa a integrar les necessitats i demandes dels consumidors a la nostra estratègia comercial per fer que les nostres botigues siguin les seves preferides.

## Els nostres valors

**A** EROSKI 5 valors defineixen el nostre projecte empresarial i la manera de relacionar-nos amb les persones i amb l'entorn en el qual desenvolupem la nostra activitat:

### Cooperació

**Les persones treballadores són protagonistes a EROSKI**, no només a la cooperativa de la qual són també propietàries, sinó en totes les societats mitjançant el seu compromís amb l'organització.

### Participació

**Incorporem l'opinió dels consumidors** a la nostra estratègia mitjançant la seva participació en la cooperativa i l'escolta activa als clients.

### Innovació

**Creiem que la renovació permanent** en qualsevol àmbit de la nostra actuació és necessària per al progrés empresarial i per adaptar-nos a les expectatives que la nostra activitat genera en la societat i en els consumidors.

### Responsabilitat social

**Contribuïm al benestar de la comunitat** on actuem, incidint en el seu desenvolupament social, cultural i econòmic mitjançant la distribució solidària de la riquesa.

### Compromís

**Integrem en el nostre dia a dia la defensa de la salut i la seguretat dels consumidors** amb una oferta de productes sans, segurs i saludables, mitjançant una informació transparent, útil i completa. Al mateix temps, treballem per reduir els impactes ambientals negatius que genera la nostra activitat.



# Govern

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

## Model de gestió del grup EROSKI

### En relació amb el govern corporatiu, les societats del Grup s'acullen a les directrius de la matriu EROSKI S. Coop.

L'única societat que té un model de govern diferent en algunes qüestions, tot i que molt similars i consensuades amb el Grup, és VEGALSA, ja que és una societat en la qual EROSKI només té una participació del 50%.

El govern corporatiu de la nostra matriu EROSKI S. Coop. és singular perquè és una cooperativa de consum. Per això, tant les persones consumidores com les treballadores participen en la gestió i presa de decisions de l'organització. Així, EROSKI es vertebra a través de dues comunitats: d'una banda, 1.170.803 Sòcies i Socis de Consum (fet que suposa un increment del 4,72% sobre l'any anterior, amb 52.797 nous socis consumidores), persones amb una consciència especial sobre la seva naturalesa consumidora que decideixen implicar-se en la cooperativa; d'altra banda, 9.796 Sòcies i Socis de Treball (8.974 d'EROSKI S. Coop.), dels quals 413 s'han incorporat el 2018, que aporten tant capital com treball com a part del seu compromís amb l'organització.

Per a la gestió de tots dos col·lectius ens hem dotat dels corresponents estatuts i normatives, que regulen l'organització de cadascun d'ells mitjançant una estructura pròpia. El govern corporatiu, la gestió i la representació d'EROSKI S. Coop. rau en el Consell Rector. Està format per dotze

membres escollits per l'Assemblea General per a un període de quatre anys, amb la possibilitat de reelecció. La meitat prové del col·lectiu de consumidors i l'altre meitat del de treballadors.

Els Estatuts Socials estableixen les incompatibilitats dels membres del Consell Rector i la Direcció. A la vegada, la Comissió de Nomenaments i Retribucions vetlla perquè reuneixin els criteris d'idoneïtat establerts, s'encarrega d'evitar els conflictes d'interès i té en compte les qüestions de diversitat de gènere.

El conseller amb més antiguitat es va incorporar el 2009, i el 2018, seguint la normativa interna, es van renovar la meitat dels consellers. Tot i que cap dels membres actuals del Consell Rector té responsabilitats executives, destaquen entre les seves funcions la de nomenar el president i directors generals de la cooperativa, la fixació del Reglament de Règim Intern i l'aprovació d'inversions.

El Consell Rector presideix l'Assemblea General, que és l'òrgan suprem d'expressió de la voluntat societària. Està constituït de forma paritària per 250 delegats/ades representants dels Socis i Sòcies Consumidores i 250 delegats/ades representants dels Socis i Sòcies Treballadores. L'elecció dels seus membres es ratifica a les corresponents Juntes Preparatòries de Consum i de Treball, i el seu mandat dura quatre anys. També hi assisteixen amb veu, però sense vot, la Direcció General i la Presidència del Consell Social. Entre les seves funcions, destaquen l'aprovació de comptes, la presentació i distribució de resultats, l'establiment de les polítiques generals de la cooperativa

i la modificació, quan convé, dels Estatuts Socials. Es reuneix anualment en convocatòria ordinària. El 2018 també es van renovar la meitat dels seus components.

El Consell Rector delega determinades facultats al Consell de Direcció (amb el qual es reuneix mensualment per tractar els diversos temes econòmics, ambientals i socials de l'organització), i en delega d'altres a les comissions creades dins seu, que aproven els reglaments previstos per a la seva composició i les normes de funcionament. Així, el Consell Rector reuneix la Comissió d'Auditoria i Compliment, la Comissió de Nomenaments i Retribucions, i la Comissió Executiva.

A més, la cooperativa compta amb el Comitè de Recursos, format per cinc membres escollits per l'Assemblea General, la meitat dels quals van ser renovats el 2018 segons recull la nostra normativa interna, que tramita i resol els recursos presentats pels socis i sòcies contra les decisions adoptades pel Consell Rector i sobre aspectes previstos als Estatuts. També comptem amb la Comissió de Vigilància com a òrgan de control, formada per tres socis escollits per l'Assemblea General, que es dedica al control i seguiment dels processos electorals, així com a altres funcions que li atorguen els Estatuts en l'article 71. Aquesta comissió assisteix com a convidada al Comitè d'Auditoria i Compliment, que assumeix les funcions d'auditoria i govern corporatiu.

El Consell Rector, de manera proactiva, està assabentat de les preocupacions més rellevants de l'organització mitjançant el seguiment del desenvolupament dels diversos negocis, de l'organització i del mercat, i també gràcies a les intervencions que fa a les sessions del Consell Rector dels diferents directius de l'empresa. Aquesta activitat es

complementa amb els informes periòdics i els procediments d'informació prèvia, que corresponen a cada comissió o comitè respecte de les matèries de la seva especialitat, que són objecte d'anàlisi, i propostes específiques.

Per últim, el Consell Rector disposa de dos òrgans consultius: el Consell Social, format per 16 socis i sòcies treballadores, i centrat en aspectes sociolaborals, i el Consell Consumidorista, format per representants dels Comitès Locals de Consumidors, que s'ocupa dels temes relacionats amb el consum.

També tenim un programa de formació i actualització de continguts per als membres del Consell Rector, que té com a objectiu que els seus membres aprofundeixin en el coneixement sobre temes econòmics, ambientals i socials. Al gener de 2019 s'han executat dues accions formatives, una dirigida als nous rectors exclusivament, centrada en el coneixement del negoci, i una altra de dirigida a tots els rectors, en matèria economicofinancera, retributiva, d'auditoria interna i govern corporatiu.

També hem avançat en les autoavaluacions de l'acompliment anuals, per tercer any consecutiu, del Consell Rector i de les seves Comissions, així com de determinats càrrecs. Aquest sistema d'autoavaluació consisteix en qüestionaris individuals que inclouen preguntes qualitatives que permeten obtenir informació completa i propostes de millora específiques. La Comissió de Nomenaments i Retribucions va analitzar els resultats dels qüestionaris d'autoavaluació i va presentar els nous plans d'acció, aprovats pel Consell Rector, que s'han posat en funcionament amb la finalitat de millorar l'activitat del consell i de les comissions, i el tractament dels seus afers.



<https://corporativo.eroski.es/ca/memoria-2018/carta-consejo-rector/>



#### Consejo Rector

**Leire Mugerza Gárate**  
Sòcia Consumidora  
(independent), Presidenta

**Edorta Juaristi Altuna**  
Soci Treballador, Vicepresident

**Sonia Ortubai Balanzategui**  
Sòcia Consumidora  
(independent), Secretària

#### Vocales

**Oskar Goitia Zubizarreta**  
Soci Consumidor  
(independiente)

**Nerea Esturo Alfube**  
Sòcia Treballadora

**Cristina Gainza Salinas**  
Sòcia Treballadora

**Lander Beloki Mendizabal**  
Soci Consumidor  
(independent)

**Gonzalo Loro Periañez**  
Soci Consumidor  
(independent)

**Ana Isabel Zariquiegui Asiain**  
Sòcia Treballadora

**Iñigo Arias Ajarrista**  
Soci Treballador

**M<sup>a</sup> Asunción Bastida Sagarazu**  
Sòcia Treballadora

**Eduardo Herce Susperregui**  
Soci Consumidor  
(independent)

#### Consell de Direcció

**Javier Amézaga**  
Director Recursos

**Eva Ugarte**  
Directora Màrqueting

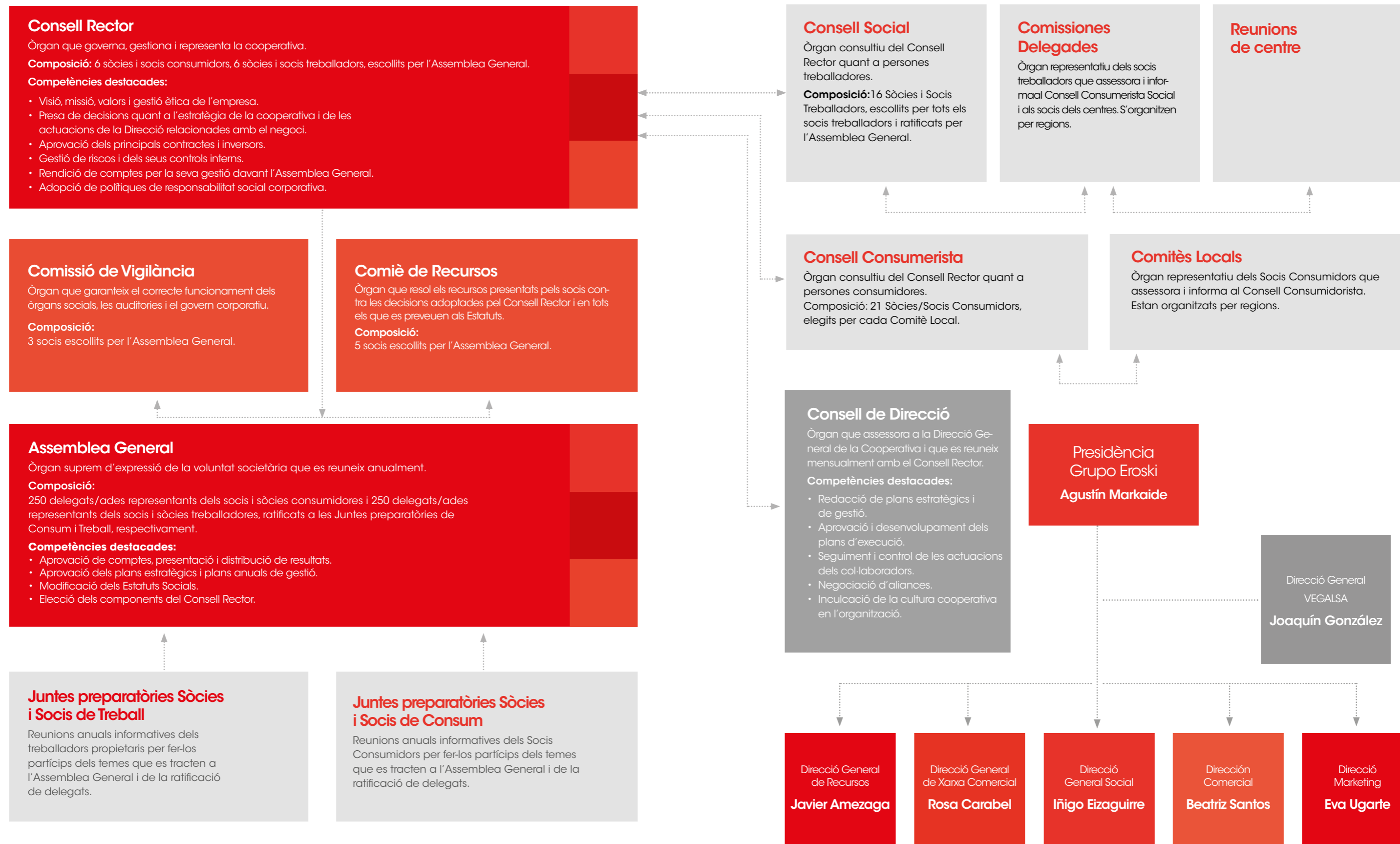
**Agustín Markaide**  
President

**Rosa Carabel**  
Directora Xarxa

**Iñigo Eizaguirre**  
Director Social

**Beatriz Santos**  
Directora Comercial

## Estructura de govern a EROSKI S. Coop.



## Responsabilitat executiva en temes econòmics, ambientals i socials

### Gestió economicofinancera

L'assoliment dels objectius econòmics, gestionats a través de l'ECOFIN, és supervisat pel Comitè d'Auditoria i Compliment d'EROSKI S. Coop, comitè delegat del Consell Rector, al qual confia l'examen i el seguiment permanent de la informació i control comptable de la societat. És la funció d'Auditoria Interna, a través del comitè ja esmentat, la qual aporta un enfoc sistemàtic d'avaluació independent i de millora de l'eficàcia i eficiència dels processos de gestió de riscos i dels sistemes de control intern. Els resultats són valorats pel Consell Rector i són sotmesos a una auditoria anual externa. Els comptes anuals, juntament amb l'informe d'auditoria, són aprovats per l'Assemblea General.

Les relacions comercials i la promoció de l'entorn local es gestionen des de la Direcció Comercial, mentre que les relacions institucionals depenen de la Secretaria General.

### Gestió Social

La gestió dels nostres treballadors i treballadores depèn de la Direcció General Social, que, a través de diversos departaments, s'encarrega, entre altres coses, de les àrees següents: prevenció de riscos laborals, relacions laborals i administracions, desenvolupament d'ocupació i de talent, organització i desenvolupament de persones, i gestió social. El Departament de Salut i Sostenibilitat, que depèn de la Direcció de Màrqueting, s'encarrega de l'àrea de Solidaritat i acció social, conjuntament amb els departament de responsabilitat social de les diferents societats del grup. Aquesta tasca es completa amb les tasques dutes a terme per la Fundació EROSKI en aquest àmbit.

### Gestió mediambiental

El compliment del nostre compromís amb el medi ambient es gestiona transversalment a través de totes les àrees funcionals a la cadena de valor: des de les àrees de Desenvolupament i Logística, que depenen de la Direcció General de Recursos, passant per la Direcció Comercial i la Direcció General de Xarxa Comercial, fins al Departament de Salut i Sostenibilitat, que depèn de la Direcció de Màrqueting. D'aquesta manera, ens assurem que tots els aspectes mediambientals de l'organització són gestionats per l'àrea que els genera. La coordinació d'aquesta tasca l'exerceixen els diferents fòrums destinats a prendre decisions estratègiques i empresarials (Comitè de Salut, Comitè de Màrqueting, etc.)

Aquesta gestió es complementa amb la promoció entre la clientela de la sensibilitat ambiental que fa el Departament de Salut i Sostenibilitat, la Fundació EROSKI amb les seves companyes i els departaments de responsabilitat social de les diferents societats del Grup.

## Gestió ètica i responsable

Per assegurar que les activitats i relacions d'EROSKI s'executen de manera honesta i ètica, comptem amb un Codi de Conducta comunicat als treballadors, als socis i als proveïdors, que està a disposició de tots els grups d'interès. Pel que fa a les sancions, comptem amb el Reglament de Règim Intern d'EROSKI S. Coop, aplicable a tot el Grup.

En general, per vetllar sempre per la reputació i credibilitat de la nostra organització evitem activitats desalineades amb els nostres interessos, complim les normes que hem establert, col·laborem amb les autoritats competents, fem un bon ús dels actius de l'organització i rebutgem pagaments, atencions o obsequis indeguts.

EROSKI disposa de canals i mitjans confidencials per consultar o notificar qualsevol qüestió relacionada amb el Codi de Conducta i el seu procediment. Així, existeix una adreça de correu electrònic, un telèfon i un formulari de lliurament per via postal. El responsable de l'Oficina de Compliment, a través de l'Òrgan de Control Intern, és la persona designada pel Comitè d'Auditoria i Compliment del Consell Rector per rebre, canalitzar, seguir, informar i documentar aquestes notificacions i consultes. El Comitè d'Auditoria supervisa el funcionament dels procediments establerts en la recepció de les consultes i notificacions, i valida la resposta donada.

### Lluita contra la corrupció i el blanqueig de capitals

Les actuacions dutes a terme en matèria d'anticorrupció i contra el blanqueig de capitals s'emmarquen dins la implantació de la política de compliment del Grup EROSKI. Des de l'any 2017 disposem d'un Pla de Prevenció de Riscos Penals, que estableix el disseny de la política preventiva i defineixen mesures de control intern que s'han d'implantar. Per això, s'ha elaborat un Manual de Prevenció de Riscos Penals, que inclou:

- El detall de les situacions de risc que eventualment és possible que hagi d'afrontar el Grup.
- L'establiment dels protocols d'actuació davant d'operacions que impliquen un potencial risc delictiu.
- La formulació de les recomanacions necessàries per al disseny d'una política eficaç de prevenció de delictes, en les quals també es defineix el model de delegació i control del Grup quant a la notificació d'incidències, la implantació de mesures o millora de les ja establertes i la comunicació de conductes delictives al Consell d'Administració.

Per complir les obligacions en matèria de compliment ha entrat en funcionament l'Òrgan de Control Intern. Aquest òrgan compta amb l'ajuda de l'Oficina de Compliment, que s'encarrega de la gestió i la implantació del Pla de Prevenció de Riscos Penals.

## El nostre Codi Ètic

El nostre Codi Ètic és l'eix de la gestió diària, que a la pràctica es correspon amb les línies d'actuació següents:

### Incloure

la gestió ètica entre els objectius principals de la Direcció.

### Assumir i contribuir

a la millora contínua dels nivells de responsabilitat social recollits a la legislació.

### Verificar

a través d'indicadors la conducta ètica de l'organització per definir les àrees d'activitat necessitades de millora.

### Fixar objectius

de millora en la gestió ètica i elaborar i adoptar plans per aconseguir-los.

### Formar i informar

adequadament totes les persones involucrades en l'aplicació del sistema de gestió i promoure l'adopció de bones pràctiques de responsabilitat social.

### Informar

adequadament sobre el Codi Ètic adoptat a proveïdors i subcontractistes, i crear mecanismes per a la transferència del coneixement sobre la responsabilitat social.

### Atendre

les parts interessades externes (consumidors, comunitats de veïns, Administració, clients, proveïdors, etc.) que indaguen sobre el nostre comportament social.

### Comunicar

a la societat, de manera oberta i eficaç, el nostre Codi Ètic, les seves normes i el compliment dels seus objectius.

### Prevenció i gestió de conflictes d'interessos

Hem establert diferents mecanismes per a la prevenció o gestió dels conflictes d'interessos que puguin sorgir amb les normes internes següents: els Estatuts Socials d'EROSKI S. Coop., el Reglament del Comitè d'Auditoria i Compliment, el Codi de Conducta corporatiu, el Procediment Intern de Contractació i l'Estatut del Directiu.

Segons la nostra normativa, l'Assemblea General ha d'autoritzar qualsevol actuació que vinculi la cooperativa amb algun membre del Consell Rector, la Comissió de Vigilància o la Direcció, o amb qualsevol dels seus familiars fins a segon grau de consanguinitat o afinitat. Així mateix, dins de les competències atribuïdes al Comitè d'Auditoria i Compliment es troba la d'informar el Consell Rector sobre les situacions de conflicte d'interès en les quals podrien incórrer els consellers i directius, segons informes de la Comissió de Nomenament i Retribucions.

### Gestió d'impactes i riscos

La identificació, avaluació i gestió dels impactes, riscos i oportunitats de caràcter econòmic, ambiental i social correspon principalment al Comitè d'Auditoria i Compliment i a l'Òrgan de Control Intern d'EROSKI S. Coop., que s'encarreguen d'informar puntualment el Consell Rector, el qual és, en última instància, l'òrgan responsable de vetllar pel compliment de les normes internes relatives a la gestió de tots els riscos que puguin amenaçar l'organització.

A més, hem desenvolupat un **Pla de Prevenció de Riscos Penals**, que es revisa anualment i en el qual s'identifiquen els delictes amb més probabilitat de ser comesos dins de les activitats desenvolupades al Grup EROSKI. Aquest pla arriba a tot el Grup EROSKI, excepte VEGALSA, que té el seu propi pla, i FORUM SPORT i Viatges EROSKI, als quals arribarà el 2019. Al pla s'hi assenyalen els departaments o àrees que es podrien trobar més afectats per la seva potencial comissió, les actuacions que portarien a infringir la regulació i les mesures de prevenció que han de ser implantades pels grups de risc, així com els processos de monitorització que es desenvoluparan per a la seva inspecció o acreditació.

Respecte als delictes contra els recursos naturals i el medi ambient, es preveuen determinades actuacions de risc que podrien involucrar diversos departaments d'EROSKI, així com les mesures de prevenció per evitar-les i els controls específics implantats, que, principalment, consisteixen en sistemes de report entre els diferents òrgans del Grup. També comptem amb una pòlissa de responsabilitat ambiental, que té un límit agregat anual per a totes les cobertures de 10 milions d'euros i un límit per sinistre per a totes les cobertures de 5 milions d'euros.

En aquest context preventiu, anualment el Consell Rector analitza en profunditat els riscos corporatius en general. En l'Informe anual de gobierno corporativo (partat E), disponible al web d'EROSKI, s'aporta informació relativa als riscos (abast dels sistemes de gestió de riscos, òrgans responsables del sistema de gestió de riscos, riscos materialitzats a l'exercici, etc.).

## Model de gestió de VEGALSA

### En relació amb el govern corporatiu, les societats del Grup s'acullen a les directrius de la matriu EROSKI S. Coop.

No obstant això, VEGALSA, com que és una societat en la qual EROSKI només té una participació del 50%, sí que compta amb un model de governament diferent en algunes qüestions, tot i que són molt similars i estan consensuades amb el Grup.

El president del Consell d'Administració de VEGONSA Agrupació Alimentària és Javier Amezaga, Director General de Recursos d'EROSKI. El Consell d'Administració és l'òrgan superior de presa de decisions de VEGALSA, que es reuneix mensualment en sessió ordinària. Autoritza decisions relatives a obertures, tancaments i trasllats d'establiments comercials, inversions superiors a determinades quantitats (reglament), canvis en l'equip directiu, etc., i anualment marca les directrius per a l'elaboració del Pla de Gestió (objectius qualitatius) i dels pressupostos econòmics anuals.

El Consell d'Administració realitza una autoavaluació amb caràcter anual. Entre les mesures adoptades arran de l'autoavaluació, destaca la freqüència més alta per al seguiment dels temes que es consideren necessaris i per al control d'afers sobre els quals abans no es feia una avaluació tan exhaustiva o sobre els quals no hi havia un tractament determinat.

El Consell d'Administració, a la seva escriptura de constitució, delega a la Direcció General decisions adequades a aquest càrrec per al bon funcionament de l'empresa, exceptuant-ne les que són indelegables. Així mateix, el Consell d'Administració ha concedit apoderaments a alguns directius per a l'exercici de determinades funcions.

El director general de VEGALSA és Joaquín González, que es reuneix cada quinze dies al Comitè de Direcció amb els responsables de la resta de les Direccions per tractar assumptes d'importància per a la societat, ja siguin previstos o imprevistos en el curs de l'activitat, per a la presa de decisions i el seu posterior seguiment.

El Consell Intern és l'òrgan que decideix quins projectes i assumptes presenta al director general al Consell d'Administració, i el Comitè d'Inversions analitza l'adequació de les inversions als objectes empresarials i els Plans Via de rendibilitat o eficiència.

#### Consell d'Administració de VEGONSA Agrupación Alimentària, SA

- Javier Amezaga (President)
- Rosa M<sup>o</sup> Carabel (Vocal)
- Jorge González (Vocal)
- José Alonso (Vocal)

### Gestió ètica i responsable a VEGALSA

VEGALSA compta també amb un òrgan, el **Comitè de Compliment**, encarregat de controlar el compliment del Codi Ètic, les polítiques i els procediments. Està format per tres membres: el director del Departament de Persones, el director de l'Àrea Corporativa i un advocat extern, amb el suport funcional de la Secció de Compliment del Departament Jurídic.

Així mateix, també disposem d'un correu electrònic, un telèfon i formularis en paper específics per recollir totes les denúncies del personal que tingui indicis o sospites de la comissió d'algun delicte o de la vulneració del que estableixen el Codi Ètic i les Polítiques de Compliment.

VEGALSA es regeix per sis Polítiques de Compliment: anticorrupció, atencions i regals, conflicte d'interessos, compres i contractacions, donacions i patrocinis, i privacitat i confidencialitat. Actualment, estem elaborant la política de seguretat.

### Prevenició i gestió de conflictes d'interessos

VEGALSA compta amb una Política de Prevenició de Conflictes d'Interessos, aprovada pel Consell d'Administració i dirigida a consellers, directius i empleats. Inclou una sèrie de mesures necessàries per prevenir, detectar i sancionar els actes fraudulents i la utilització de les funcions i mitjans de VEGALSA en favor dels col·lectius anteriors, o dels seus familiars o coneguts. Els conflictes d'interessos són gestionats pel Comitè de Compliment i, quan el Comitè ho delegui, per la Secció de Compliment del Departament Jurídic de VEGALSA, constituïda per donar suport i assessorament al Comitè. Així mateix, anualment els consellers signen un document de reconeixement d'inexistència de conflicte d'interessos.

### Gestió d'impactes i riscos

En el marc de control intern de l'empresa, VEGALSA ha implantat dos sistemes de gestió de riscos: el Sistema de Gestió de Riscos Corporatius i el Programa de Prevenició i Control de Delictes-Riscos Penals (Pla de Compliment). Funcionen de forma independent, però paral·lela i coordinada. Tenen la seva pròpia estructura de gestió i control, amb els respectius òrgans creats a aquest efecte, tot i que la responsabilitat màxima i la decisió final recau en el Consell d'Administració. Aquests òrgans són el Comitè d'Anàlisi de Riscos, que s'encarrega dels riscos corporatius, i el Comitè de Compliment, que gestiona els riscos penals.

Amb la periodicitat marcada en cada cas, al Consell d'Administració s'hi valoren i aporten qüestions per incloure-les tant al Sistema de Gestió de Riscos Corporatius com a Pla de Compliment, i s'hi aporten opinions sobre el rellevament de determinats impactes i la freqüència amb què s'ha d'informar. El Consell d'Administració ha validat tant l'elaboració com la gestió dels dos sistemes. Així mateix, ha aprovat les normes i els processos de diligència deguda. Al Manual de Prevenició i Control de Delictes s'hi inclou un Protocol de presa de decisions, que hauran de tenir en compte tots els òrgans amb poder de decisió i funcions en la formació de la voluntat societària.

El Comitè d'Anàlisi de Riscos reporta dues vegades l'any al Consell d'Administració, i el Comitè de Compliment una vegada a l'any, fent un descàrrec dels riscos i informant de les qüestions d'interès. La secció de Compliment del Departament Jurídic realitza dos descàrrecs anuals, previs al del Comitè de Compliment.

## Codi Ètic de VEGALSA

El Codi Ètic recull els principis ètics i valors que apliquem a tots els àmbits de la nostra activitat i es complementa amb les Polítiques de Compliment i amb els procediments elaborats a aquest efecte.



**Legalitat:**  
estricte compliment de la llei i de la normativa interna.



**Compromís**  
amb la salut i la seguretat de les persones.



**Màxim respecte, equitat i dignitat**  
en el tracte a tots els empleats, col·laboradors, socis, competidors i altres tercers vinculats a l'empresa.



**Criteris objectius:**  
en la selecció i promoció dels treballadors.



**Transparència:**  
objectivitat i professionalitat en el desenvolupament de totes les seves activitats i de les relacions amb els grups d'interès.



**Utilització** dels actius de VEGALSA.



**Intimitat, protecció de dades**  
i informació confidencial.



**Compromís** amb el medi ambient.

## Pertinença a associacions 102-13

### Com a cooperativa i associació de consumidors

#### País Basc

- Grup cooperatiu MONDRAGON
- Consell Econòmic i Social Basc
- Federació de Cooperatives de Treball Associat, Ensenyament, Consum i Crèdit d'Euskadi (ERKIDE)
- Elkar-lan S. Coop. – Societat per a la promoció de cooperatives
- Confederació de Cooperatives d'Euskadi (KONFEKOOP)
- Institut Basc de Consum (Kontsumobide)
- Consell Superior de Cooperatives d'Euskadi (CSCE-EKGK)
- Work Lan (associació sense ànim de lucre per al foment d'empreses de l'economia social)
- Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOOOP)

#### Espanya

- Confederació Espanyola de Cooperatives de Consumidors i Usuaris (HISPACOOOP)
- Confederació Empresarial Espanyola d'Economia Social (CEPES)
- Consell Econòmic i Social d'Espanya (CES)
- Consell de Consumidors i Usuaris
- Consell Consultiu de l'Agència Espanyola de Consum, Seguretat Alimentària i Nutrició (AECOSAN)

#### Europa

- European Community of Consumer Cooperatives (Euro Coop)

## Àmbit empresarial

- Associació Espanyola de Grans Empreses de Distribució (ANGED)
- Associació de Cadenes Espanyoles de Supermercats (ACES)
- Associació Espanyola de Codificació Comercial (AECOC)
- Associació Empresarial de l'Hospitalet i el Baix Llobregat (AEBALL)
- Societat Econòmica Barcelonesa d'Amics del País (SEBAP)
- Foment del Treball Nacional
- Associació Empresarial de Comerciants de Menorca (ASCOMÉ)
- Agrupació Balear del Comerç (ABACO)
- Associació de Comerços d'Alimentació de les Illes Balears (ACAIB)
- Confederació Balear de Comerç (CBC)
- Federació Patronal d'Empresaris de Comerços de Balears (AFEDECO)
- Confederació d'Associacions d'Empresaris de les Balears (CAEB)

- Confederació d'Empresaris de Galícia (CEG)
- Confederació d'Empresaris de Coruña (CEC)
- Associació d'Empresaris AGRELA
- Associació d'Empresaris del Polígon de Sabón - Arteixo
- Confederació d'Empresaris d'Orense (CEO)
- Confederació d'Empresaris de Ferrolterra, Eume i Ortegal
- Federació Asturiana d'Empresaris (FADE)
- Associació d'Empresaris d'Hostaleria de la Corunya
- Associació Polígon de o Ceao (Lugo)
- Club Financiero de Vigo (Cercle d'Empresaris de Galícia)
- Club Financer de la Corunya (Club Financer Atlàntic)
- Cambra de Comerç d'Àlaba
- Cambra de Comerç de Bilbao

- Confederació d'Empresaris de Navarra (CEN)
- Cambra de Comerç Barcelona
- Cambra de Comerç de Mallorca
- Cercle d'Economia de Barcelona
- Xarxa Espanyola del Pacte Mundial
- Retail Forum for Sustainability
- Associació d'Empreses Basques per la Sostenibilitat (IZAITE)
- Basque Ecodesign Center
- Fundació AZTI
- Fundació Basque Culinary Center
- 5 al Día
- ECOEMBES
- ESADE (Universitat Ramon Llull)
- IESE (Universitat de Navarra)
- Escodi (Universitat de Barcelona)
- Fundació Pasqual Maragall
- Fundació Abadia de Montserrat
- Fundació Impulsa Balears
- Sport Cultura Barcelona



# Desenvolupament econòmic

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

**243 milions**  
de passos per caixa

**5.393 milions**  
de facturació

**4.698 milions**  
de vendes netes de distribució

## Compte de resultats del Grup EROSKI

Valor econòmic directe generat i distribuït	2018	2017	2016
<b>Ingressos ordinaris</b>	<b>4.958.957</b>	<b>5.035.577</b>	<b>5.393.938</b>
Vendes netes de distribució	4.698.075	4.792.066	5.164.579
Altres ingressos sense rendiments de venda d'immobilitzat	260.882	243.511	229.359
<b>Benefici operatiu (abans de deterioraments, resultats de venda d'immobilitzat i activitats no corrents)</b>	<b>163.616</b>	<b>137.367</b>	<b>136.909</b>
Deteriorament, resultat de venda d'immobilització i actius no corrents	-42.883	-20.848	5.837
<b>Benefici abans de financers i impostos</b>	<b>120.733</b>	<b>116.519</b>	<b>142.746</b>
Resultat financer	-114.513	-64.631	-90.696
Participació benefici/pèrdues de les inversions aplicant mètode de participació	-1.711	3.677	508
Impost sobre els guanys	-2.923	-32.106	-59.333
Benefici net per activitats interrompudes	0	9.754	-16.025
<b>Resultat de l'exercici</b>	<b>1.586</b>	<b>33.213</b>	<b>-22.800</b>

## Generem riquesa al nostre entorn

EROSKI no només reparteix els beneficis generats mitjançant l'activitat empresarial entre les Sòcies i Socis Treballadors de la cooperativa i amb la resta de les societats del grup, sinó que, a més a més, genera riquesa directament als diferents actors de la cadena de valor. A l'hora de generar impactes econòmics positius, EROSKI té molt present les persones consumidores, un dels nostres principals grups d'interès com a cooperativa de consum i que és la nostra matriu. N'és una bona prova que, durant l'exercici anterior, hem transferit més de 302 milions d'euros a la nostra clientela a través d'ofertes personalitzades, campanyes i promocions. Al mateix temps, som conscients que el nostre compromís amb l'entorn s'ha d'estendre més enllà dels impactes econòmics directes que la nostra activitat genera i, per això, hem aportat quasi 10 milions d'euros el 2018 per a finalitats socials a través dels diferents negocis del Grup i de la FUNDACIÓ EROSKI. La formació i informació al consumidor, la solidaritat i la promoció de la cultura i els entorns locals són els pilars fonamentals sobre els quals desenvolupem el nostre compromís social.

Així mateix, durant l'exercici 2018, les més de 19.000 empreses proveïdores de productes i serveis amb les quals treballem han rebut al voltant de 4.013 milions

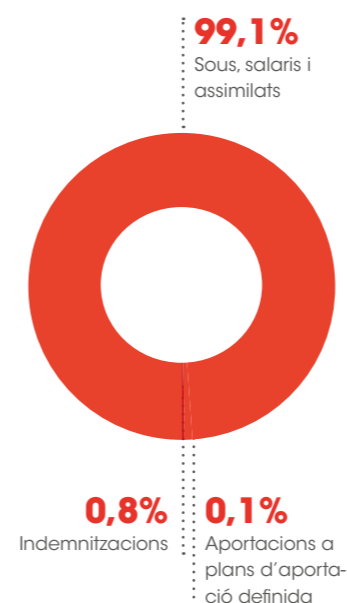
d'euros com a efecte de la nostra relació comercial. En aquest sentit, és destacable que aproximadament el 50% dels nostres proveïdors comercials estatals són petits productors locals, ja que la nostra política de compres i aprovisionament cerca impulsar un sector agroalimentari sostenible.

Un altre element de referència és l'impacte econòmic directe que la nostra activitat com a distribuïdor suposa per l'ocupació que generem. Les 30.048 persones treballadores d'EROSKI van cobrar en total més de 490 milions d'euros de compensació per la seva feina, i els organismes estatals pertinents van ingressar 190 milions d'euros provinents de les contribucions socials i els impostos atribuïbles a la nostra plantilla, a més de les aportacions sobre els guanys i altres tributs.

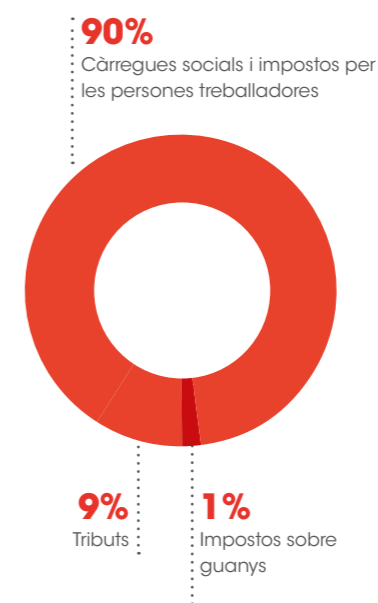
Així mateix, la protecció mediambiental i la minimització de qualsevol impacte negatiu que per raó de la nostra activitat puguem generar en el medi ambient són sempre elements rellevants a tenir en compte. Per això, destinem més de 17 milions a l'any a inversions dirigides a reduir la nostra petjada ambiental i a preservar i protegir els recursos naturals del planeta.

## Aportacions econòmiques directes a alguns grups i àrees d'interès

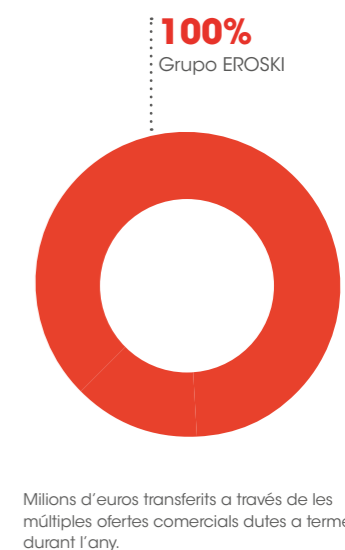
**Persones treballadores**  
**490 milions d'euros**



**Estat**  
**191 milions d'euros**



**Clients**  
**302 milions d'euros**



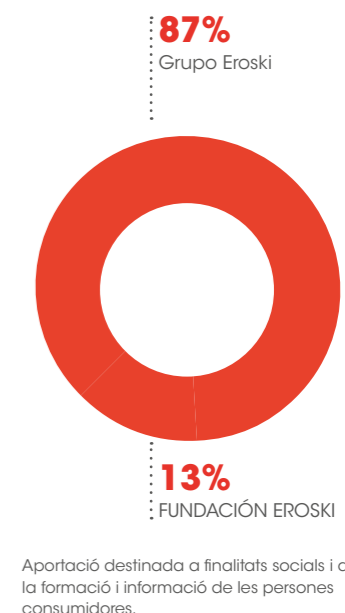
**Empreses proveïdores**  
**4.013 milions d'euros**



**Medi ambient**  
**17 milions d'euros**



**Societat**  
**10 milions d'euros**



# Compromís amb la salut i la sostenibilitat

**EROSKI, des del seu naixement fa cinquanta anys, ha mantingut el compromís amb una alimentació de qualitat, augmentant constantment les exigències per oferir un producte sostenible i capaç de satisfer les necessitats dels consumidors.**

**P**er això, incorporem a la nostra organització, i de manera integral, el criteri de desenvolupament sostenible, alineant els nostres plans de gestió i estratègics amb la minimització i mitigació dels impactes negatius i la promoció dels positius. Així, amb una actitud proactiva, treballem transversalment en els aspectes de la nostra activitat que puguin afectar el medi natural i els grups amb els quals interactuem.

Donat el nostre marcat caràcter social i la nostra responsabilitat amb el producte, EROSKI considera que la botiga és el lloc idoni des del qual impulsar una bona alimentació, més saludable i més respectuosa amb l'entorn. Durant el 2017 vam treballar per plasmar els nostres compromisos amb la societat i el medi ambient, de manera que **el 2018 hem publicat els 10 Compromisos d'EROSKI per la Salut i la Sostenibilitat**. Aquests compromisos,

definites amb la col·laboració de més de 7.800 persones, ens marquen el camí dels propers anys, amb un full de ruta per avançar el allò que de veritat els importa tant als consumidors com a la societat.

## Compromís 1

### Ens impliquem amb la seguretat alimentària

Estem compromesos amb la seguretat alimentària, controlant la traçabilitat dels productes i el manteniment de la cadena de fred dels frescos. A més a més, tenim un pla de qualitat preventiu, pel qual realitzem més de 11.000 anàlisis de productes i auditem més de 300 proveïdors a l'any.

## Compromís 2

### Promovem una alimentació equilibrada

Promovem el consum d'aliments que afavoreixen una alimentació equilibrada, amb promocions i preus que faciliten la compra a les nostres botigues, donant assessorament professional per part de tots els que formem EROSKI i millorant la qualitat dels productes de les nostres marques mitjançant la reducció de components el consum excessiu dels quals és perjudicial per a la salut.

## Compromís 3

### Prevenim l'obesitat infantil

Treballem per prevenir l'obesitat infantil promovent i facilitant una alimentació equilibrada per a la infància, prioritant la qualitat dels nostres productes i fomentant el consum de productes saludables. A més a més, formarem dos milions de nens i les seves famílies en hàbits de vida saludables per al 2025.

## Compromís 4

### Atenem les necessitats nutricionals específiques

Treballem perquè les persones amb necessitats específiques trobin a les nostres botigues tot el que necessiten per alimentar-se, ampliant la diversitat de l'oferta i oferint alternatives, com ara el nostre servei d'encàrrecs o la nostra botiga on-line.

## Compromís 5

### Afavorim un consum responsable i respectuós amb el medi ambient

Facilitem una alimentació sostenible reduint l'impacte ambiental dels nostres processos, botigues i productes. A més a més, promovem els productes ecològics i els procedents de processos de producció més sostenibles, així com la reducció d'additius artificials.

## Compromís 6

### Oferim més productes locals

Contribuïm al desenvolupament de l'entorn social i econòmic de les nostres botigues, oferint més de 20.000 productes locals en col·laboració amb 2.400 petits productors. A més a més, promovem la cultura local a la comunitat a través d'esdeveniments gastronòmics, visites a les instal·lacions de producció i col·laborant a les festes més arrelades i amb més tradició.

## Compromís 7

### Facilem menjar bé a bon preu

Millorem els preus dels productes necessaris per portar una alimentació equilibrada i responsable, i desenvolupem propostes d'estalvi personalitzades per als nostres socis i sòcies, garantint així un millor accés a una alimentació equilibrada i sostenible.

## Compromís 8

### Actuem des de l'escolta, amb claredat i transparència

Actuem de forma clara i transparent, comptant sempre amb la participació de socis i sòcies, personal laboral i clients, així com altres grups d'interès. A més a més, cerquem la màxima claredat i transparència en la informació que ofereixen els envasos.

## Compromís 9

### Ens cuidem com a treballadors

Promovem la formació en matèria de salut, benestar i consum responsable amb l'objectiu de millorar la qualitat de vida dels treballadors i treballadores, oferint formació, assessorament, activitats, programes i eines per a la planilla i les seves famílies.

## Compromís 10

### Impulsem un estil de vida més saludable

Impulsem la informació sobre salut i sostenibilitat a través de canals com la revista Eroski Consumer i el web [www.consumer.es](http://www.consumer.es). A més a més, disposem del programa d'assessorament personalitzat per a socis del Club EROSKI i impulsem la formació de nens i nenes i dels seus familiars a través del nostre Programa Educatiu en Alimentació i Hàbits Saludables (PEAHS).

**10** com  
pro  
mi  
sos  
saludables  
sostenibles

## EROSKI amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible 102-12

**En un context en el qual els impactes de la nostra activitat arriben a una dimensió no només local sinó també global, creiem que és important alinear els nostres compromisos amb els 17 Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) aprovats el 2015 per les Nacions Unides.**

Aquesta Agenda 2030 neix amb la finalitat fonamental d'involucrar les organitzacions públiques i privades per reunir esforços en els grans reptes del món actual: l'erradicació de la pobresa, la protecció del planeta i la prosperitat de tothom. Els nostres compromisos s'alineen perfectament amb els nostres ODS prioritaris: salut i benestar (núm. 3) i producció i consum responsables (núm. 12).

Creiem que l'única via per assolir l'objectiu global de desenvolupament sostenible és treballar conjuntament amb la resta d'agents econòmics, socials i mediambientals. Per aquest motiu, som membres fundadors del Pacte Mundial, una iniciativa internacional proposada per les Nacions Unides el 2002, que promou implementar a les àrees de drets humans i empresa, normes laborals,

medi ambient i lluita contra la corrupció en les activitats i l'estratègia de negoci. Cada any reafirmem el nostre compromís amb aquests quatre punts, que són inherents en les decisions que prenem en els plans estratègics i en els plans de gestió anuals. A més a més, el Pacte Mundial és catalitzador dels esforços d'empreses i organitzacions en la consecució dels ODS.

EROSKI treballa, per mitjà de les seves accions, per ajudar a assolir les 17 metes globals fixades per al 2030, amb un impacte positiu pel planeta. Els capítols que abordarem a continuació mostren com les nostres línies de treball responen als nostres compromisos i a aquesta agenda comuna i universal.



## FUNDACIÓ EROSKI

Per materialitzar les accions a favor de la sostenibilitat, dediquem un mínim del 10% dels nostres beneficis al Fons de Contribució Obligatòria per a Educació i Promoció Cooperativa i altres finalitats d'interès públic. Aquests recursos econòmics es canalitzen a través de la Fundació EROSKI, entitat nascuda el 1997, que desenvolupa la seva activitat en quatre grans eixos:

Per articular aquests eixos, la Fundació compta amb un equip tècnic multidisciplinari que promou accions a favor de les persones consumidores, realitza campanyes de divulgació, edita revistes i guies, ofereix beques i ajudes, i col·labora amb organitzacions socials. El Patronat de la Fundació garanteix que el Pla d'Actuació definit anualment es desenvolupi sota els principis de imparcialitat, independència, transparència, eficiència i responsabilitat.

Entre altres línies estratègiques i programes, la Fundació gestiona i promou el programa de l'Escola de l'Alimentació o la publicació *Eroski Consumer*.

### Eixos d'activitat de la FUNDACIÓ EROSKI



- 1** La formació i informació de les persones consumidores.
- 2** La promoció educativa, cultural i professional, en especial en matèria de consum i de compromís amb l'entorn i el medi ambient.
- 3** La solidaritat i promoció assistencial.
- 4** La investigació, el desenvolupament i la innovació en relació amb el consum, l'alimentació, el medi ambient i els hàbits de vida saludables.

**Una gestió de responsabilitat social corporativa de premi**

EROSKI, guardonat amb el premi a la Millor Gestió de Responsabilitat Social Corporativa a la 11a edició dels Premis Empresarials de Mercats del Vi i la Distribució.

VEGALSA-EROSKI, guardonada amb el Premi Cantàbric Excel·lent de Responsabilitat Social Corporativa



## Relació dels continguts de la memòria amb els compromisos i els ODS

Capítol	Compromisos en Salut i Sostenibilitat	Objectius de Desenvolupament Sostenible
<b>1</b> EROSKI	8: Actuar amb claredat i transparència	8 TREBALL DECENT I CREIXEMENT ECONÒMIC, 16 PAU, JUSTÍCIA I INSTITUCIONS SÒLIDES, 17 ALIANÇES PER A ASSOLIR ELS OBJECTIUS
<b>2</b> Xarxa i model comercial "amb tu"	2: Promoure una alimentació equilibrada 6: Oferir més productes locals 7: Facilitar menjar bé a bon preu 8: Actuar amb claredat i transparència 10: Impulsar un estil de vida més saludable	3 SALUT BENEPLAÇA, 8 TREBALL DECENT I CREIXEMENT ECONÒMIC, 12 PRODUCCIÓ I CONSUM RESPONSABLES, 17 ALIANÇES PER A ASSOLIR ELS OBJECTIUS
<b>3</b> Alimentació saludable	1: Implicarnos con la seguridad alimentaria 2: Promoure una alimentació equilibrada 3: Prevenir la obesidad infantil 4: Atendre les necessitats nutricionals específiques 5: Afavorir un consum responsable 8: Actuar amb claredat i transparència 10: Impulsar un estil de vida més saludable	3 SALUT BENEPLAÇA, 4 EDUCACIÓ DE QUALITAT, 12 PRODUCCIÓ I CONSUM RESPONSABLES, 17 ALIANÇES PER A ASSOLIR ELS OBJECTIUS
<b>4</b> Persones treballadores	8: Actuar amb claredat i transparència 9: Cuidarnos como trabajadoras 10: Impulsar un estil de vida més saludable	1 EL DESEMPLEIG, 4 EDUCACIÓ DE QUALITAT, 5 IGUALTAT DE GÈNERE, 8 TREBALL DECENT I CREIXEMENT ECONÒMIC, 10 REDUCCIÓ DE LES DESIGUALTATS, 17 ALIANÇES PER A ASSOLIR ELS OBJECTIUS
<b>5</b> Cadena de valor	6: Oferir més productes locals 7: Facilitar menjar bé a bon preu 8: Actuar amb claredat i transparència	1 EL DESEMPLEIG, 9 INDÚSTRIES, INNOVACIÓ I INFRAESTRUCTURA, 11 CIUTATS I COMUNITATS SOSTENIBLES, 12 PRODUCCIÓ I CONSUM RESPONSABLES, 17 ALIANÇES PER A ASSOLIR ELS OBJECTIUS
<b>6</b> Medi ambient	5: Afavorir un consum responsable 8: Actuar amb claredat i transparència 10: Impulsar un estil de vida més saludable	2 FOMENTAR L'ECONOMIA VERDA, 6 ACCIÓ CLIMÀTICA I TRANSICIÓ VERDA, 7 ENERGIA NITIDA I ACCIÓ CLIMÀTICA, 9 INDÚSTRIES, INNOVACIÓ I INFRAESTRUCTURA, 11 CIUTATS I COMUNITATS SOSTENIBLES, 12 PRODUCCIÓ I CONSUM RESPONSABLES, 13 ACCIÓ CLIMÀTICA, 14 VIDA SUBMARINA, 15 VIDA TERRESTRE I OCEANS, 17 ALIANÇES PER A ASSOLIR ELS OBJECTIUS
<b>7</b> Acció social	5: Afavorir un consum responsable 6: Oferir més productes locals 8: Actuar amb claredat i transparència	1 EL DESEMPLEIG, 2 FOMENTAR L'ECONOMIA VERDA, 4 EDUCACIÓ DE QUALITAT, 9 INDÚSTRIES, INNOVACIÓ I INFRAESTRUCTURA, 10 REDUCCIÓ DE LES DESIGUALTATS, 17 ALIANÇES PER A ASSOLIR ELS OBJECTIUS
<b>8</b> Transparència	8: Actuar amb claredat i transparència	16 PAU, JUSTÍCIA I INSTITUCIONS SÒLIDES



2

**Xarxa i model  
comercial "amb tu"**

Compromís amb els  
nostres clients

# Els nostres negocis i les nostres ensenyes

102-2; 102-4; 102-6; 102-7

La voluntat d'EROSKI d'avançar en el desenvolupament del negoci cap a un model d'empresa multiformat ha permès que l'organització compti amb una xarxa comercial de **1.353** establiments vinculats a l'alimentació, a més a més de **291** establiments de negocis diversificats entre agències de viatges, gasolineres, botigues esportives, òptiques, assegurances i **8** botigues *online*.

De totes les botigues, 1.115 són pròpies del Grup EROSKI, estan situades a Espanya, donen servei a tot tipus de clients i són gestionades per 30.048 persones treballadores. A més a més, comptem amb 521 botigues en règim de franquícia amb presència també en altres països: Andorra i Regne Unit (Gibraltar). Durant les dues últimes dècades també cal destacar el nostre desenvolupament a internet a través de diverses botigues on-line. Al capítol sobre la transparència s'hi inclou una relació dels nostres negocis amb les societats del Grup EROSKI.



**Viatges EROSKI** compta amb una xarxa comercial de 162 agències, inclou-hi Viatges Caprabo, a Catalunya, a més de les seves oficines on-line [www.viajeseroski.es](http://www.viajeseroski.es) i [www.viatgescaprabo.com](http://www.viatgescaprabo.com). A part de la seva activitat en el sector vacacional, destaca el servei d'atenció exclusiva a l'empresa a les principals ciutats -Madrid i Barcelona entre elles i la seva divisió especialitzada en l'organització de convencions i congressos, Travel Air Events. Travel Air forma part de GEBTA (Guild European Business Travel Agents) i ITP (Internacional Travel Partnership).



**FORUM SPORT** dona feina a 897 persones. Aquest negoci tanca l'exercici amb un total de 66 botigues de material esportiu. La seva xarxa comercial inclou 13 botigues especialitzades en sneakers i roba per a joves sota la marca de Dooers.



**EROSKI** va tancar el 2018 amb 50 **gasolineras**, situades estratègicament al costat dels seus hipermercats i supermercats. Les gasolineres EROSKI mantenen la política de la cooperativa de traslladar als clients els millors preus, facilitats de pagament i descomptes, de manera que aquests puguin omplir el dipòsit en les millors condicions possibles.



**EROSKI** disposa d'una cadena de 13 **centres òptics** amb els millors professionals, productes, serveis i garanties. A les seves òptiques s'hi ofereix una gamma variada de productes de qualitat i disseny: ulleres graduades i de sol, lents de contacte, líquids i accessoris, etc. El millor producte propi, les primeres marques i les últimes tendències en exclusiva, amb múltiples avantatges.

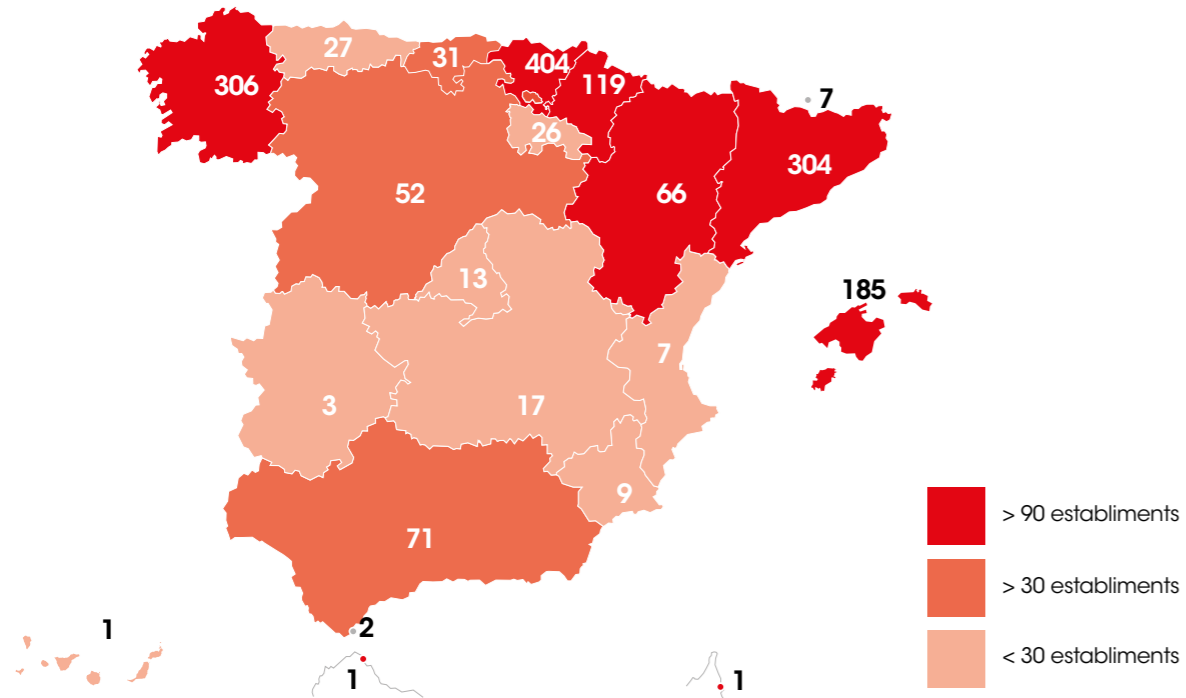
Propis	Total botigues GRUPO EROSKI	Franquícia
<b>1.131</b>	<b>1.652</b>	<b>521</b>
	Hipermercats	
<b>54</b>	<b>56</b>	<b>2</b>
	Supermercats	
<b>783</b>	<b>1.278</b>	<b>495</b>
	Cash&Carry	
<b>19</b>	<b>19</b>	<b>-</b>
	Gasolineres	
<b>49</b>	<b>50</b>	<b>1</b>
	Òptiques	
<b>13</b>	<b>13</b>	<b>-</b>
	Agències de viatge	
<b>140</b>	<b>162</b>	<b>22</b>
	Botigues FORUM SPORT	
<b>65</b>	<b>66</b>	<b>1</b>
	Botigues <i>on-line</i>	
<b>8</b>	<b>8</b>	<b>-</b>

Vegeu la taula 2 de l'annex d'indicadors per comparar amb anys anteriors.

Propis	Total Supermercats GRUPO EROSKI	Franquícia
<b>783</b>	<b>1.278</b>	<b>495</b>
	EROSKI city	
<b>279</b>	<b>515</b>	<b>236</b>
	CAPRABO	
<b>256</b>	<b>318</b>	<b>62</b>
	EROSKI center	
<b>162</b>	<b>164</b>	<b>-</b>
	Aliprox	
<b>-</b>	<b>122</b>	<b>122</b>
	Familia	
<b>78</b>	<b>78</b>	<b>-</b>
	Onda	
<b>-</b>	<b>64</b>	<b>64</b>
	Rapid	
<b>-</b>	<b>9</b>	<b>9</b>
	Merca	
<b>8</b>	<b>8</b>	<b>-</b>

Vegeu la taula 3 de l'annex d'indicadors per comparar amb anys anteriors.

Distribució per comunitat autònoma i negoci dels establiments\*



	Establiments propis							Establiments en franquícia					Total		
	Negocis alimentació		Negocis diversificados					Negocis alimentació		Negocis diversificados					
	Hipermercats	Supermercats	Cash & Carry	Gasolineres	Òptiques	Agències de viatges	Oci i esport	Total propis	Hipermercats	Supermercats	Gasolineres	Agències de viatges	Oci i esport	Total en franquícia	
Andalusia	9			5	1	1		16	54			1		55	71
Andorra								0	7					7	7
Aragó		36		2		5	2	45	21					21	66
Astúries	1	10	1	2		5	7	26	1					1	27
Cantàbria	1	8		1		5	4	19	9		3			12	31
Castella i Lleó	1	21		1		9	12	44	6		1	1		8	52
Castella-la Manxa	5			4	2	2		13	4					4	17
Catalunya	1	239		1		3	1	245	59					59	304
Ceuta								0	1					1	1
Comunitat Valenciana	3			1		1	2	7	1		1			2	9
Extremadura						1		1	2					2	3
Galícia	5	149	18	3		5	2	182	122		2			124	306
Gibraltar								0	2					2	2
Illes Balears		108		3				111	74					74	185
Illes Canàries	1							1						0	1
La Rioja	1	10		1		7	3	22	4					4	26
Madrid						4		4	9					9	13
Melilla								0	1					1	1
Múrcia	3			2			1	6			1			1	7
Navarra	2	55		4	1	14	6	82	27		2			29	111
País Basc	21	147		19	9	78	25	299	93		12			105	404
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>783</b>	<b>19</b>	<b>49</b>	<b>13</b>	<b>140</b>	<b>65</b>	<b>1.123</b>	<b>2</b>	<b>495</b>	<b>1</b>	<b>22</b>	<b>1</b>	<b>529</b>	<b>1.644</b>

\*Les botigues on-line no es compten en aquesta taula  
\* Oci i esport inclouen FORUM SPORT i Doers.

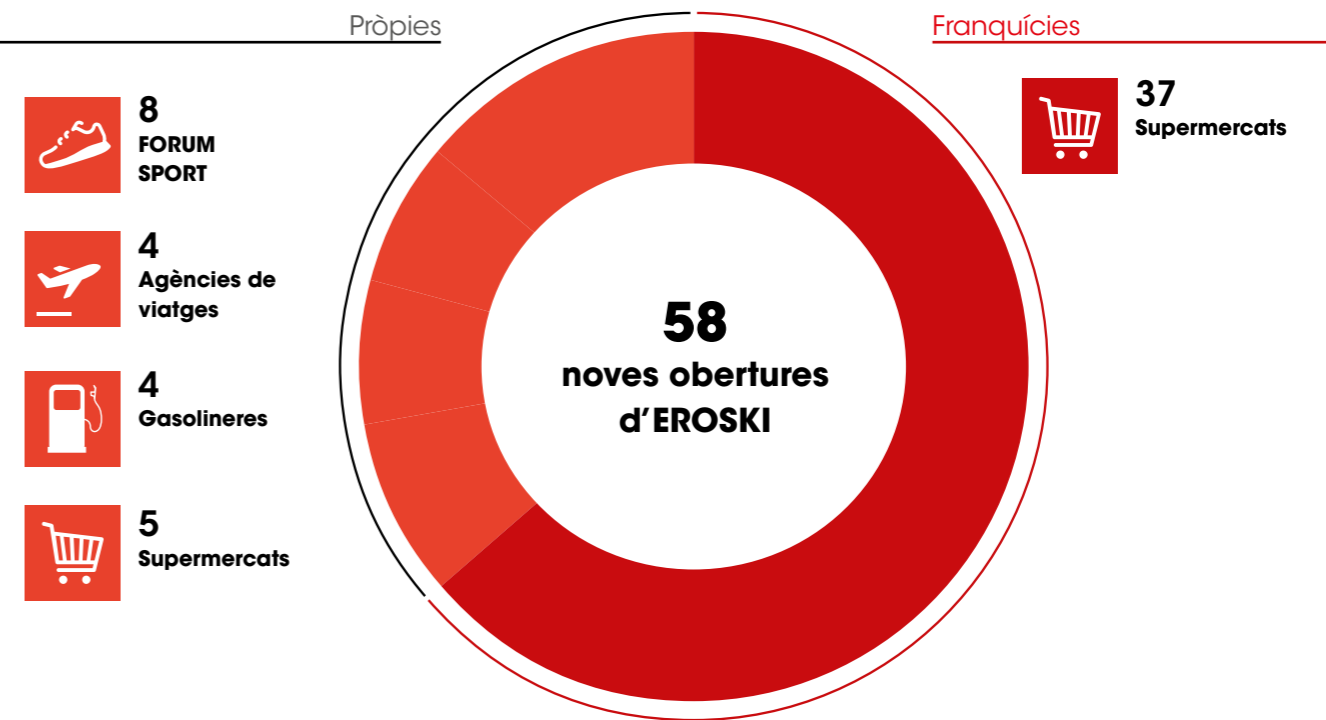
\*Agències de viatge només inclouen el negoci vacacional.  
Vegeu la taula 4 de l'annex d'indicadors per comparar amb anys anteriors.

Novetats 102-10

En 2018 hem continuat avançant amb la transformació dels supermercats i hipermercats al model "amb tu". A més a més, hem afegit a la nostra xarxa 5 nous supermercats propis i 37 establiments en franquícia. D'altra banda, s'ha traspasat el negoci de telefonia mòbil EROSKI Mòbil a Vodafone i també s'ha finalitzat la col·laboració entre el Grup EROSKI i el Grup DIA per negociar marques pròpies i de fabricant, sense que això afecti la proposta comercial d'EROSKI.

A més a més, Viatges EROSKI ha signat un acord de col·laboració per incorporar l'oferta de Viatges EROSKI al programa Gazte-Txartela. Fruit d'aquest acord, Viatges EROSKI oferirà avantatges a les persones usuàries de la Gazte-Txartela, entre d'altres, dissenyant plans de viatge exclusius per a elles, amb avantatges econòmics essencials.

Travel Air, la divisió empresarial d'EROSKI Viatges, va guanyar el Premi del jurat del Club de Gestió Avançada d'EUSKALIT a la gestió del creixement



Estenem la nostra xarxa de franquícies

EROSKI continua impulsant un pla d'expansió de botigues en franquícia amb l'obertura de 37 nous establiments en franquícia el 2018 i la transformació de 15 botigues més. Les 52 inauguracions, que han suposat una inversió de 7,6 milions d'euros, han generat 308 llocs de treball.

També cal destacar que a CAPRABO el negoci de franquícies ha crescut un 20% el 2018, amb 62 supermercats en franquícia en total.

Aquestes obertures representen, juntament amb la transformació empresa a la xarxa de botigues pròpies, un fort impuls a l'expansió del model comercial "amb tu",

que defineix la nova generació de botigues EROSKI i que guia totes les obertures de franquícies de l'ensenyà.

Les botigues en franquícia van des dels 200 m² fins als 5.000 m², i inclouen nous models com el de la botiga de conveniència RÀPID, que s'està estenent a Catalunya i Balears.

# El nostre model comercial "amb tu"

El nostre nou model comercial "amb tu" persegueix oferir sempre un plus de qualitat i servei als clients, amb la salut i la sostenibilitat situades al centre de l'estratègia, tal com recullen els nostres compromisos. El model comercial "amb tu" es distingeix per l'especialització en frescos, una àmplia gamma de productes que permeten tenir més llibertat d'elecció i una sòlida aposta pels productes locals.

D'aquesta manera, evolucionem per avançar en la relació amb els Socis Clients, i per oferir una proposta comercial més atractiva i unes botigues més eficients i d'última generació. La botiga "amb tu" no és només una transformació física; sobretot és un gran canvi cultural a la nostra organització, que passa per situar els consumidors en el centre de gravetat.



## Una nova generació de botigues

EROSKI té el repte de transformar de manera integral la xarxa comercial del nostre grup cooperatiu durant els propers anys, integrant el model comercial "amb tu" en tots els supermercats i hipermercats. Una mostra d'aquest avenç ha estat la remodelació de més de 45 supermercats durant el 2018.

Les nostres botigues són cada vegada més competitives i atractives. Estenem el nostre model d'autogestió a cada obertura i transformació. Oferim una experiència multicanal i completa al client a través de diferents formats. Tot això per aconseguir ser la botiga preferida dels nostres consumidors per les solucions per a una alimentació més saludable i sostenible.

## Impulsem l'estalvi

Un dels nostres compromisos és que els nostres puguin accedir a una alimentació equilibrada i sostenible a bon preu. De fet, oferir productes en les millors condicions de preu, qualitat i servei ha estat la nostra missió des dels inicis. Així, enfocats en la competitivitat i l'estalvi, el 2018 EROSKI ha dut a terme més de 253 campanyes de gran

estalvi, com "Et regalem l'IVA" o "el 25% de la teva compra gratis", i hem abaixat el preu de més de mil productes als supermercats i hipermercats de la xarxa comercial. Les nombroses ofertes personalitzades, campanyes i promocions de l'any han suposat un estalvi transferit a les famílies de més de 302 milions d'euros.

## EROSKI Club: Compromesos amb els socis clients

El llançament d'EROSKI Club ha enfortit notablement la relació amb el client i ha revitalitzat la figura del soci consumidor de la cooperativa, la qual cosa situa el soci client al centre de les decisions. Els més de sis milions de titulars de les targetes EROSKI, CAPRABO i FORUM SPORT són el centre de la nostra estratègia comercial, ja que generen de mitjana més del 70% de les vendes.

Les persones consumidores reben propostes d'estalvi cada vegada més personalitzades, adaptades a cada perfil de Soci o Sòcia Client i a l'evolució dels seus hàbits de consum. EROSKI Club vetlla per una oferta d'estalvi rellevant, sense que això faci minvar en absolut la qualitat dels aliments frescos, el compromís amb els productes locals ni l'amplitud de la varietat per tenir més llibertat d'elecció.

El 2018, EROSKI ha llançat un programa pioner d'estalvi fix i universal del 4% en totes les compres realitzades per titulars de la nova **targeta Or d'EROSKI Club** a la seva xarxa d'establiments, incloses les compres de combustible a la xarxa de gasolineres. Els Socis Clients gaudeixen d'aquest

estalvi com a saldo disponible a la targeta EROSKI per a les següents compres. El llançament ha estat un èxit, ja que s'hi han adherit més de 142.000 socis-clients i 53 empreses, les quals engloben 3.555 treballadors i ja són "socis or empresa"

S'ha complert també un any del llançament de la nostra nova targeta de crèdit EROSKI Club, en col·laboració amb Mastercard i Santander Consumer Finance, amb més de 243.000 clients. La seva condició multitargeta permet unificar els avantatges del programa EROSKI Club i la funció de targeta de crèdit, a més d'oferir la devolució de l'1% de l'import de les compres pagades fora d'EROSKI ingressant aquests diners a la seva targeta EROSKI Club associada. De fet, al juny de 2018 vam llançar la nova plataforma "Més promocions" al web i a l'aplicació EROSKI -amb més de 60 marques de restauració, moda, calçat, oci- que ofereix interessants descomptes als clients. Amb tot plegat, la cooperativa ha transferit un estalvi total de quasi 2,5 milions d'euros als titulars de la targeta **EROSKI Club Mastercard**.

**Hem remodelat més de 45 supermercats al model comercial "amb tu" el 2018**

## Avancem en l'omnicanalitat

EROSKI avança en una proposta omnicanal que busca atendre el client on, com i quan vulgui a través de diferents formats de botiga i diferents canals digitals, posant-li a l'abast eines que enderroquen les barreres tradicionals entre els canals on-line i off-line. N'és una mostra l'actualització de l'App EROSKI perquè els usuaris puguin seguir gaudint de manera més còmoda de les seves funcionalitats. Per exemple, des del juny de 2018 els titulars d'EROSKI Club Mastercard ja poden pagar totes les compres amb el mòbil gràcies a EROSKI Club Pay, una nova funció còmoda, segura i senzilla que millora l'experiència per al client més digital. Una altra novetat del 2018 ha estat la posada en funcionament, al Nadal, de la primera experiència de realitat augmentada, integrada a la nostra aplicació d'EROSKI Club, que es va utilitzar més de 17.000 vegades. Oferim així als socis experiències interactives noves en tres dimensions, que faciliten la nostra relació amb ells i fomenten la seva digitalització.

També comptem amb un supermercat on-line, que ofereix una experiència d'usuari més ràpida i eficient. Ofereix, a més a més, models de recollida com el Click & Drive i el Click & Collect, que permeten als consumidors fer les comandes en qualsevol moment a través del nostre supermercat on-line i recollir la compra el mateix dia, amb vehicle o a peu de camí cap a casa. Gràcies a de la nostra implicació hem estat reconeguts per segon any consecutiu com el **Millor Súper Online de l'Any**, segons els Premis Comerç.

També a FORUM SPORT el 2018 hem avançat en el concepte innovador de la botiga omnicanal. Aquest nou model s'ha materialitzat amb l'obertura a Vitòria d'un nou model de botiga FORUM SPORT, que ofereix una experiència de compra omnicanal. S'estableix amb el client una comunicació coherent i es posen al seu abast tots els canals que ell decideixi utilitzar per interactuar amb el producte, fet que li permet anar més enllà de la simple adquisició de productes.

## Atenció personalitzada i de qualitat

Per a EROSKI, la relació amb el client és una prioritat en el model comercial "amb tu", una relació que s'ha convertit en una marca d'identitat diferencial del model. EROSKI aposta per una proposta comercial més bolcada en el consumidor, que prioritza l'experiència de compra i que ens distingeix per l'especialització en frescos, amb

una millora dels serveis de venda assistida a taulell a les seccions de frescos. En aquest sentit, la captació professional de les persones i la formació permanent són els pilars fonamentals per aprofundir en la diferenciació com a especialistes en frescos: s'han dedicat més de 57.000 hores de formació a les escoles de frescos el 2018.

## Escolta activa als clients 102-21

L'atenció personalitzada al client és un dels punts forts de la transformació d'EROSKI, en el marc del model comercial "amb tu", que la cooperativa està estenent a la seva xarxa comercial i que permet millorar dia a dia i adaptar-se amb major eficiència a les necessitats reals dels clients. A més a més, l'escolta continua sent part del nostre compromís núm. 8 per la salut i la sostenibilitat.

El 2018 el Servei d'Atenció al Client va atendre 413.499 persones, amb un índex de resolució de reclamacions del 100%, el 95,3% en el primer contacte. Complim el nostre compromís de respondre tots els dubtes, suggeriments i reclamacions de forma immediata i, si necessitem alguna gestió per complir-lo, ho fem en un termini màxim de 24 hores.

La consultora Sotto Tempo Advertising organitza uns premis en què els mateixos consumidors participen en l'elecció del guanyador. Eroski va rebre el premi a l'Empresa de Gran Distribució amb Millor Atenció al Client als seus socis del club de fidelització.

El servei d'Atenció al Client d'EROSKI atén els consumidors en castellà, eusquera, català i gallec. Està disponible per telèfon, per correu electrònic i a la pàgina web [www.EROSKI.es](http://www.EROSKI.es) i a les altres pàgines web per a diferents negocis i societats del Grup, a més de les xarxes socials.

El 2018 hem generat més de 2,5 milions d'intercanvis amb els usuaris i més de 93 milions d'impressions



**Twitter**  
54.407  
seguidors



**Facebook**  
215.562  
seguidors



**Instagram**  
14.364  
seguidors



**LinkedIn**  
18.661  
seguidors

Amb l'objectiu de tenir en compte les inquietuds dels diferents col·lectius i mantenir el nostre compromís de transparència, intentem mantenir-hi també comunicació per canals addicionals. Així, el 2018 vam abordar desenes d'iniciatives d'escolta activa amb la participació de més de 13.000 persones, en les quals vam recollir opinions, suggeriments i recomanacions per millorar l'oferta comercial i les botigues.

A més a més, EROSKI compta amb 21 Comitès de Consum, que estructuren la participació dels seus socis-clients, els quals debaten, es posicionen i defineixen directrius per millorar les botigues de nova generació.

## Protecció de dades a EROSKI

Considerem les dades de caràcter personal de la clientela com un dels actius més crítics que hem de protegir. Per això, comptem amb un sistema de gestió de protecció de dades basat en la millora contínua i que compta amb una metodologia pròpia. Vigilem el seu compliment des

de l'anàlisi i gestió del risc de forma coordinada a tota l'organització. N'és una bona prova el fet que no hem tingut cap fuga de dades ni reclamació de clients.





# 3

## Alimentació Saludable

Compromís amb les  
persones consumidores

# La nostra contribució a una alimentació saludable

**La salut i el benestar de les persones consumidores són la nostra raó de ser i, per això, desenvolupem nombroses línies de treball per facilitar als clients una vida més saludable.**

Aquestes s'emmarquen en els nostres compromisos per la salut i la sostenibilitat i estan alineades amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible vinculats a la salut i el benestar (núm. 3), a l'educació de qualitat (núm. 4) i a la producció i el consum responsables (núm. 12)

Actualment, un dels reptes més rellevants que hem d'afrontar és la prevenció de determinats problemes de salut vinculats a hàbits alimentaris, com ara l'obesitat. Per això, una alimentació equilibrada i uns hàbits de vida saludables tenen un paper fonamental per al benestar individual i col·lectiu. Per garantir que les nostres propostes en salut i alimentació responen a les necessitats

i prioritats a les quals apunta la comunitat científica, comptem amb el Comitè Científic de la Fundació EROSKI que ens guia i orienta en la definició de l'estratègia a mitjà i llarg termini del nostre compromís amb l'alimentació saludable. Aquest òrgan assessor, format per professionals especialitzats en diferents disciplines relacionades amb la salut, la nutrició, l'alimentació i les arts culinàries i gastronòmiques, aporta evidència científica, experta i independent a la nostra proposta des d'una visió externa enriquidora. Complementem aquest assessorament amb els suggeriments i les inquietuds que ens transmeten les persones consumidores mitjançant l'escolta contínua i els canals de participació societària de la cooperativa.

EROSKI aposta per una oferta comercial basada en productes capaços de garantir una alimentació equilibrada i segura. El 2018 hem aconseguit la reducció de greixos, sucres o sal en prop de 300 productes, amb una millora del perfil nutricional per fer-los més saludables. A més a més, creiem que la nostra contribució a la salut i el benestar de la població passa per oferir productes aptes per a les persones amb necessitats nutricionals específiques, com ara els celíacs, un col·lectiu amb el qual col·laborem estretament.



ODS	Línia de treball	Compromisos EROSKI	Dades destacades 2018
	<b>Seguretat alimentària</b>	1 Seguretat alimentària	<p><b>17.902</b> controls analítics de productes i serveis</p> <p><b>294</b> auditories a proveïdors</p> <p><b>1.816</b> auditories a punts de venda i plataformes</p>
  	<b>Alimentació equilibrada i sostenible</b>	<p>2 Alimentació equilibrada</p> <p>3 Prevenció de l'obesitat infantil</p> <p>5 Consum responsable</p> <p>8 Comunicació clara i transparent en salut i sostenibilitat</p>	<p>Reduïm sal, greixos i sucres als productes de les marques EROSKI: <b>296 productes en 2018</b></p> <p>Des de 2013 hem eliminat <b>946.177 kg</b> de greixos, <b>483.709 kg</b> de sucres i <b>68.276 kg</b> de sal</p> <p>Incorporem l'etiqueta <b>Nutri-Score</b>: informació nutricional avançada que ajuda a menjar millor</p>
 	<b>Necessitats nutricionals específiques</b>	<p>4 Necessitats nutricionals especials</p> <p>8 Comunicació clara i transparent en salut i sostenibilitat</p>	<p><b>Més de 540 productes</b> de les nostres marques <b>sense gluten</b></p> <p>Acord de col·laboració amb l'associació de Celíacs d'Euskadi per fer un <b>20% de descompte en productes específics sense gluten</b></p>
   	<b>Alimentació i hàbits saludables des de la infància</b>	<p>3 Prevenció de l'obesitat infantil</p> <p>10 Formació i informació en salut i sostenibilitat</p>	<p><b>460.401 escolars participants</b> a les iniciatives impulsades per l'<b>Escola d'Alimentació EROSKI</b></p>
  	<b>Informació en salut i sostenibilitat</b>	10 Formació i informació en salut i sostenibilitat	<p>Prop de <b>50 milions de visites</b> a <a href="http://www.consumer.es">www.consumer.es</a></p> <p><b>193.000 persones lectores</b> al mes d'EROSKI CONSUMER</p>



# Seguretat alimentària

## La aplicació rigorosa dels estàndards de qualitat i seguretat en productes i serveis és un dels nostres pilars bàsics d'actuació.

El Model de Gestió de Qualitat d'Eroski s'estructura en un conjunt de normes, processos, procediments i eines que, relacionats entre si al llarg de tota la cadena de valor, asseguren que els productes que comercialitzem compleixen totes les garanties en matèria de

seguretat alimentària. Estem convençuts que el nostre model ofereix una forma òptima per aconseguir un alt nivell de competitivitat, al mateix temps que garanteix la defensa dels drets i els interessos de les persones consumidores.

## Auditories a punts de venda i plataformes

Garantim la qualitat i higiene en tots els nostres punts de venda i plataformes logístiques mitjançant un protocol exhaustiu d'auditories de qualitat. Durant l'exercici 2018 es van dur a terme 1.313 auditories, que inclouen els controls següents:

Dins el procés de millora contínua, treballem per perfeccionar el servei donat als clients establint les accions correctores oportunes per solucionar les incidències identificades durant les auditories.



Manteniment de la cadena de fred i qualitat en la cadena de subministrament.



Qualitat microbiològica dels productes.



Sistema de gestió d'alertes alimentàries i retirada de producte.



Higiene i neteja de les instal·lacions.



Sistemes de traçabilitat per a tots els productes.



Sistemes i eines de control de qualitat.

## Auditories a proveïdors

Tots els processos i sistemes emprats per les empreses proveïdores s'adapten als requisits de producte i de procés establerts per a la marca pròpia. Així mateix, impulsem el compliment d'estàndards de qualitat i seguretat en l'àmbit europeu, com el certificat International Food Standard. En el cas dels productes frescos, el nostre estàndard és encara més rigorós, donada l'especial importància de les condicions de producció, conservació i transport.

Pel que fa a les auditories, creem plans d'acció amb l'objectiu que el proveïdor implanti mesures correctores

que permetin eliminar les desviacions detectades. Un cop implantades, es repeteix l'auditoria per verificar-ne la correcció i homologar el proveïdor, si la supera. El 2018, vam auditar 294 plantes de producció de proveïdors de marca pròpia. El 83% de tots els proveïdors auditats van superar satisfactòriament l'avaluació. El 17% restant van aplicar les mesures correctores necessàries o van deixar d'estar homologats com a proveïdors d'EROSKI. A més a més, vam auditar 48 plantes de producció de proveïdors de marca fabricant, amb un 77% d'auditories satisfactòries.

## Controls analítics de productes i serveis 102-11; 416-1; 416-2

Garantim doblement la qualitat dels nostres productes i serveis gràcies als controls analítics exhaustius diaris, addicionals als realitzats per les empreses proveïdores i fabricants. El 2018, en el conjunt del Grup EROSKI, es van dur a terme 17.902 analítiques, de les quals el 96% van oferir un resultat satisfactori. S'hi poden diferenciar tres tipus d'anàlisi:

En cas de no conformitat, s'exigeixen accions correctores al proveïdor i es controla després que efectivament s'hagi eliminat la desviació. En cas que pugui comportar un risc per a la seguretat alimentària, apliquem el principi de preocupació i retirem el producte immediatament de la venda.

**Química:** garanteix l'absència o la presència en les quantitats adequades de substàncies rellevants per a la salut i la seguretat.

**Microbiològica:** garanteix tant l'absència de patògens, com la higiene i la frescor dels productes, i la neteja de les instal·lacions.

**Genètica:** identifica espècies animals i vegetals, i detecta organismes modificats genèticament.



### Anàlisis per programa analític realitzades el 2018

Programes analítics	Analítiques realitzades	Programes analítics	Analítiques realitzades
Olis	293	No alimentació	1.085
Àcids grassos trans	28	Organismes modificats genèticament	40
Acrilamida	362	Patògens	376
Aflatoxines	43	Pesticides	307
Aigua	50	Plus nutricional	26
Al·lèrgens	73	Preparats de carn	1.985
Bàsic	120	Productes ecològics	4
Campylobacter	95	Química en pesca	6
Carburants	154	Reclamacions	37
Comparatius de frescos	19	Residus Natur en carn	80
Control de superfícies	3.234	Riscos emergents	3
Drogueria i cosmètica	202	Sànnia	114
EROSKI prestacions	367	Secció cuina	184
Estudis de vida útil	918	SeleQtia	71
Gluten	208	Sulfits en descongelats	9
Gel	189	Botigues de sushi	108
Ous, lactosa, llet	12	Metalls pesats	52
Ous	21	Olis minerals	23
Humitat en pernells	76	Fruita tallada	53
Identificació d'espècies	64	Marca genèrica de frescos	58
Llançament	16	Fruita Natur fisicoquímics	53
Llet	36	Control de llistes en superfícies	1.597
Locals de risc	1.500	Control de superfícies a botigues	439
Manipulats	2.841	Sucs	215
Microbiologia de vegetals	21	<b>Total</b>	<b>17.902</b>
Mel	18	<b>Total d'analítiques no satisfactòries</b>	<b>806</b>
Molluscs bivalves	17	<b>% d'analítiques NO satisfactòries</b>	<b>5%</b>

# Alimentació equilibrada i sostenible

## Producte més saludable i en equilibri 102-11

En el nostre compromís irrenunciable amb la salut, anem més enllà de garantir la seguretat alimentària dels productes que comercialitzem. Per aquest motiu, treballem diàriament per oferir opcions de consum més equilibrades i saludables, en línia amb els nostres compromisos núm. 2 de fomentar una alimentació equilibrada

i núm. 3 de prevenir l'obesitat infantil. El nostre afany és que els productes de les nostres marques encaixin fàcilment en una dieta equilibrada i que afavoreixin un hàbit alimentari saludable. Per això, revisem i millorem constantment les fitxes tècniques segons les recomanacions establertes pels experts en salut.

### Productes reformulats disponibles el 2018



## Millora nutricional del producte

EROSKI intervén en la composició de tots els productes per millorar-ne de forma permanent el perfil nutricional. Aquesta cerca de productes més equilibrats ens han portat a reduir la presència dels nutrients relacionats amb patologies més generalitzades en la societat, com ara les malalties cardiovasculars i l'obesitat. Així, **des de 2013 hem eliminat 946.177 kg de greixos, 483.709 kg de sucres i 68.276 kg de sal.**

A més a més, ja fa més d'una dècada vam decidir millorar el perfil lipídic de tots els nostres productes d'alimentació i frescos, eliminant-ne els greixos vegetals parcialment hidrogenats (font dels greixos trans). L'any 2018 hem fet un pas més en aquesta mateixa línia i ens hem compromès a eliminar el greix de palma i coco l'any 2020.

El nostre compromís històric i renovat per a la millora nutricional dels nostres productes encaixa perfectament amb el Pla de Col·laboració per a la Millora de la Composició dels Aliments i Begudes i Altres Mesures 2020, al qual ens hem adherit i que es troba emmarcat dins l'Estratègia de Nutrició, Activitat Física i Prevenció de l'Obesitat (NAOS), de l'Agència Espanyola d'Alimentació i Nutrició (AESAN). El seu objectiu és reduir al voltant d'un 10% de la mitjana de sucres afegits, greixos saturats i sal per al 2020.

Però no només vetllem per reduir ingredients que no afavoreixen una dieta equilibrada, sinó que fomentem la presència d'aquells altres que en ocasions tenen una presència inferior a la recomanada.

Així, incorporem a la nostra oferta productes enriquits amb calci, omega-3 o fibra.

A més de posar-les en pràctica, ens esforcem a comunicar aquestes millores a les persones consumidores, incloent-hi informació pertinent a les etiquetes dels productes.

D'aquesta manera, avancem en el nostre compromís de promoure una alimentació equilibrada, oferint solucions i fent assequibles productes el consum dels quals redunda en benefici de la qualitat de vida dels clients.

## Alimentació més natural

En resposta a les preocupacions que manifesten les persones consumidores, hem incorporat el nostre compromís núm. 5 d'afavorir una alimentació més natural i sostenible, així com múltiples línies de treball per facilitar-los seguir una alimentació i una vida més naturals. Així, seguim aplicant la innovació en el desenvolupament de productes sense determinats additius, antioxidants, conservants i edulcorants artificials. Aquesta aposta per la innovació en matèria de salut l'apliquem també a altres productes no alimentaris, com ara els d'higiene i cura personal. Actualment, els nostres productes de marca pròpia són lliures d'antioxidants BHA-BHT, parabens, triclosan, transgènics i colorants artificials. A més a més, seguim de prop els debats de la

comunitat científica sobre determinades substàncies i incorporem les aportacions pertinents en el disseny dels productes i envasos. El 2018, per exemple, hem treballat per garantir que a principis del 2019 no aparegui el bisfenol A a cap rebut de compra.

També col·laborem amb els nostres proveïdors de frescos per a l'**eliminació de fungicides postcollita** en el conreu de les fruites i verdures, així com per potenciar que s'utilitzin mètodes alternatius més naturals per a la conservació dels aliments frescos. Les fruites de pinyol i els cítrics EROSKI Natur són una mostra de la feina que fem en aquesta direcció.

A més a més, EROSKI treballa en un **pla d'eliminació i reducció d'antibiòtics** en els productes EROSKI Natur, ja que som conscients que la resistència als antibiòtics creix a Europa per culpa de l'ús desmesurat d'aquests en el procés de cria dels animals. Això podria derivar en problemes de salut general si segueix augmentant, ja que pot provocar que, a llarg termini, hi hagi microorganismes resistents a la medicació. L'ús racional dels antibiòtics és fonamental per lluitar contra aquestes resistències. Per això, la marca EROSKI Natur selecciona pollastres criats sense antibiòtics i certificats en benestar animal.



## Informació sobre el contingut i l'equilibri nutricional dels productes 416-2; 417-1

**EROSKI és conscient del valor de la informació oferta a les persones consumidores com a element essencial per defensar i protegir els seus interessos, ja que només així poden prendre decisions d'acord amb aquests.**

Per això, a més de dur a terme diverses iniciatives per millorar la qualitat nutricional dels productes, com a part del nostre compromís núm. 8 d'impulsar un estil de vida saludable, també oferim una informació àmplia, completa i veraç sobre el contingut i la importància de mantenir una alimentació saludable.

D'una banda, complim la legislació existent en matèria d'etiquetatge per a cada tipus de producte i, de l'altra, les exigències de la nostra marca pròpia. Així, incloem informació addicional, com ara atributs relacionats amb la salut (sense sucres, baix en greixos, sense sal, etc.),

### Etiquetatge NUTRI-SCORE: nou sistema d'informació nutricional

Vam ser pioners amb la incorporació del semàfor nutricional, i el 2018 ho som amb la inclusió de l'etiquetatge Nutri-Score als productes de marca pròpia.

El 2018, després de realitzar una escolta a més de 10.000 socis clients, hem generat aquest model d'informació nutricional únic al mercat, amb el qual les persones consumidores poden conèixer de manera senzilla la valoració nutricional global de cada producte i, així, comparar-lo amb d'altres de similars i escollir millor, sense perdre la informació detallada per nutrient que avui li proporciona el semàfor nutricional.

El 86% dels enquestats va donar suport a la proposta d'afegir el Nutri-Score com a complement al semàfor nutricional. Al gener de 2019 s'han llançat els primers productes que inclouen Nutri-Score i, al llarg de l'any, s'inclourà aquest etiquetatge a tots els productes de marca pròpia.

Així doncs, EROSKI és el primer d'incorporar aquest etiquetatge nutricional avançat, recentment validat pel Ministeri de Sanitat, i preveu implantar-lo de manera generalitzada en el termini d'un any.

pictogrames que faciliten la identificació d'al·lèrgens i sistemes d'informació nutricional, com el semàfor nutricional i el Nutri-Score. A més a més, realitzem periòdicament comprovacions de compliment de fitxa tècnica. Gràcies a aquestes tasques, el 2018 vam detectar 16 no conformitats en les 1.385 revisions de fitxa tècnica realitzades, totes elles corregides després de contactar amb el proveïdor i demanar la composició actualitzada del producte. Si amb la manca d'informació s'incorre en un risc sanitari, el producte es retira de la venda de manera immediata. Aquestes revisions i els exercicis d'escolta als consumidors ens permeten optimitzar la manera d'incorporar la informació a l'etiqueta perquè s'entengui més fàcilment.

A part de l'etiquetatge, també treballem per millorar la informació que contenen els tríptics, els cartells de botigues i la pàgina web. Així, hem adequat la nostra publicitat en productes infantils al **Código de correulación de la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a menores, prevención de la obesidad y salud** (codi PAOS), també inclòs dins l'estratègia NAOS de l'Agència Espanyola de Seguretat Alimentària i Nutrició.



### Principals característiques de Nutri-Score

L'etiquetatge Nutri-Score és un gràfic o semàfor que classifica els aliments envasats amb cinc lletres i colors segons la composició nutricional, del verd (per als més saludables) al vermell (per als de menor qualitat nutricional). Els més saludables exhibeixen una A i un to verd fosc, mentre que els menys saludables mostren una E i un to taronja fosc.

Cada producte destacarà el color i la lletra associada que li correspongui en funció del contingut en sucres, greixos saturats, sal, calories, fibra i proteïnes per cada 100 grams.

D'aquesta manera, els consumidors poden comparar aliments similars quan fan la compra o confrontar la qualitat nutricional de diferents marques d'un mateix producte. L'elecció d'aquest sistema sorgeix després que diverses investigacions hagin demostrat la seva eficiència respecte d'altres fórmules.

### Semàfor nutricional

**El Nutri-Score complementa el semàfor nutricional disponible als nostres productes de marca pròpia des de 2007.**

Aquesta última eina facilita controlar la quantitat de calories, greixos, sucres o sal de la dieta en cas de necessitat per algun motiu de salut (diabetis, hipertensió, sobrepès, etc). Així, es pot veure la quantitat que aporta una porció de l'aliment d'aquest nutrient en concret i interpretar fàcilment si aquesta quantitat és baixa, moderada o rellevant.

Donada la seva utilitat per a una compra més saludable, aquest sistema de colors sempre es troba a la part frontal de l'envàs i proporciona informació sobre la quantitat de calories i els quatre nutrients més rellevants en relació amb la salut (greixos, greixos saturats, sucre i sal) per cada ració de consum. A més a més, a de sota cada nutrient s'hi indica en xifres el percentatge que aquesta quantitat suposa sobre la necessitat diària (ingesta de referència, IR). Utilitzem com a referent la dieta diària de 2.000 kcal.

Per als aliments infantils, utilitzem una dieta de 1.800 kcal. El sistema de colors mostra si la ració aporta una quantitat baixa (verd), mitjana (groc) o significativa (taronja), de cada nutrient. Això facilita combinar els aliments per no sobrepassar la ingesta recomanada de cadascun d'ells a favor d'una alimentació més equilibrada.



## Informe nutricional basat en les compres

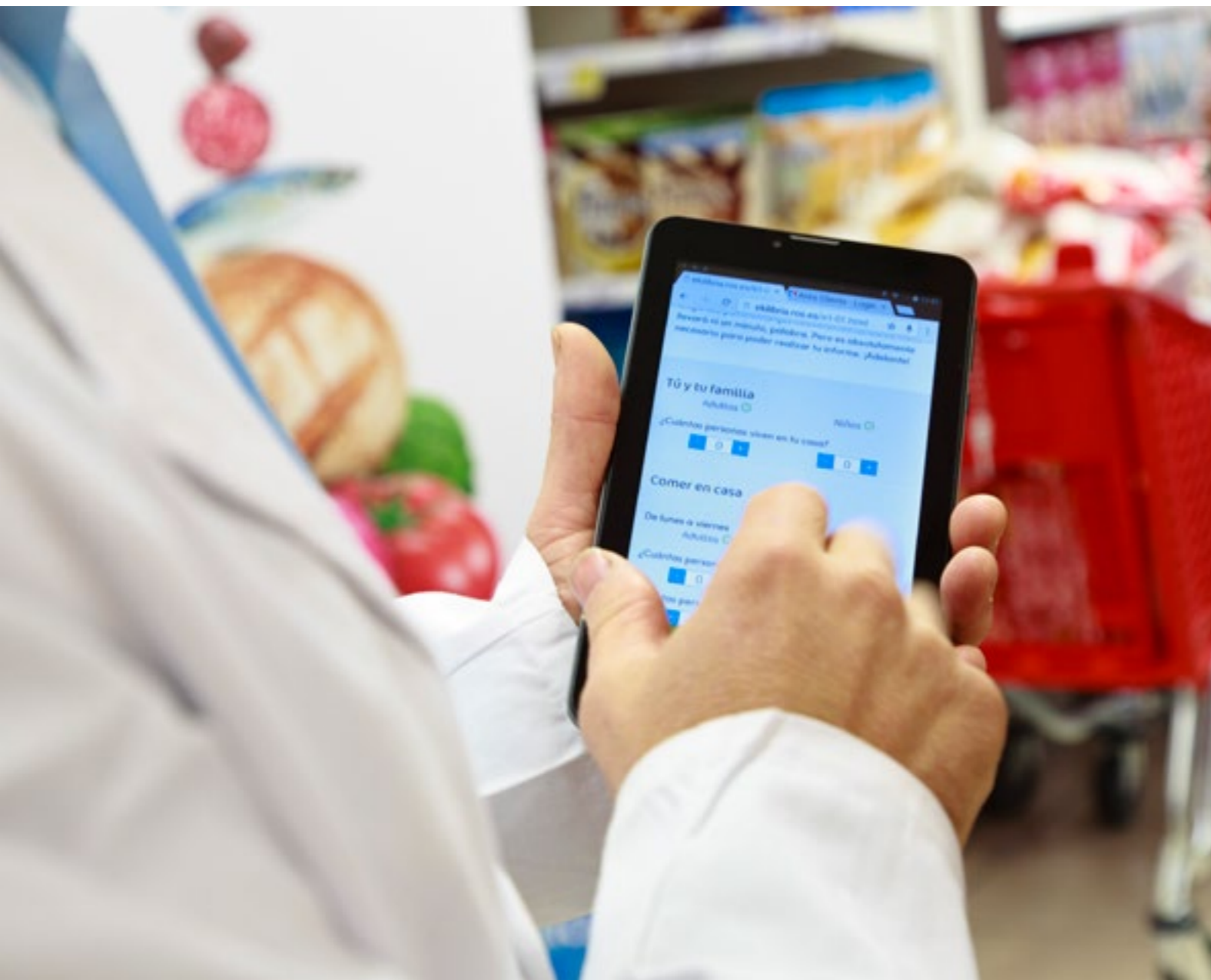
EROSKI Club compta amb un programa de salut que ofereix de forma gratuïta informació personalitzada i incentius per a una alimentació i una compra més saludable i equilibrada a tots els socis i sòcies clients. El 2018, 25.000 persones han utilitzat el nostre servei d'informació nutricional, basat en les seves compres registrades a la targeta EROSKI Club.

Aquest informe ofereix una anàlisi detallada i personalitzada de com s'ajusten les compres de casa a les recomanacions de la dieta mediterrània. La seva finalitat és orientar el client sobre els aliments, les quantitats i la freqüència de consum que tant ell com la resta de membres de casa necessiten per seguir una alimentació equilibrada. Ara, a més a més, proporciona informació sobre les calories i els nutrients del cistell de la compra amb recomanacions i comparatives per ajudar a millorar.

Aquest servei personalitzat d'informació nutricional d'EROSKI ha estat **guardonat als XI Premis Estratègia NAOS**, a la categoria de Millor Iniciativa Empresarial, fet que ens converteix en l'empresa amb més reconeixements NAOS, pel nostre compromís amb l'alimentació saludable.

## Tallers de Cuina d'EROSKI i Chef CAPRABO

Cada any impartim a les nostres botigues centenars de tallers en els quals donem nocions de cuina a nens i adults. Aquestes iniciatives lúdiques i educatives són un canal ideal per fomentar un estil de vida més saludable i potenciar el producte local entre els socis i sòcies clients.



## Necessitats nutricionals específiques 413-1

**EROSKI aborda, a través del seu compromís núm. 4, la voluntat d'atendre els qui necessiten una alimentació específica, de manera que l'oferta dels productes sigui segura, suficient per a una compra ordinària i amb un sacrifici econòmic adequat.**

**D**e manera especial, som sensibles a les necessitats específiques en alimentació derivades de malalties que afecten algunes persones, com la celiaquia, les al·lèrgies i les intoleràncies alimentàries. Per això, mantenim una comunicació fluida amb diferents entitats i col·lectius que les representen, com ara la Federació d'Associacions de Celiacs d'Espanya (FACE) i la Federació Espanyola de Diabetis (FEDE). D'aquesta manera, podem conèixer de primera mà les seves demandes i preocupacions, i ampliar la nostra gamma d'aliments per respondre de forma adequada a les seves peticions. A més a més, col·laborem amb aquestes entitats per donar visibilitat i conscienciar sobre les malalties mitjançant diferents campanyes de sensibilització.

A més a més, fa més d'una dècada que EROSKI va prendre la decisió de millorar i aclarir l'etiquetatge dels productes pel que fa als al·lèrgens. Així, a més de complir amb el Reial decret 2220/2004 sobre declaracions d'al·lèrgens, oferim una informació addicional incloent a les etiquetes els textos d'avertència necessaris, que es mostren en missatges separats de forma visible per indicar la potencial presència de traces d'al·lèrgens. El 2018 hem tingut 541 productes de marca pròpia sense gluten, 63 productes sense lactosa, 27 sense llet i 7 sense ou.



Productes de marques EROSKI per públics amb necessitats especials

**541**  
productes



**63**  
productes



**27**  
productes



**7**  
productes



### Conveni de col·laboració amb l'Associació de Celiacs d'Euskadi

Al maig de 2018 la Fundació EROSKI va signar un conveni de col·laboració amb l'Associació de Celiacs d'Euskadi (EZE) per treballar conjuntament en la millora de les condicions de compra de productes d'alimentació de persones celiaques que necessiten una alimentació específica.

Amb aquest acord, EROSKI ofereix un 20% de descompte als associats d'EZE en cada compra de productes específics sense gluten, tant dels productes de la marca pròpia com de fabricants específics de productes sense gluten. Això permet

a les famílies associades que tenen com a mínim un membre celiac un estalvi de més de 300 euros anuals. Aquest acord ha beneficiat l'any 2018 més de 1.460 persones.

EROSKI també s'ha compromès a seguir millorant l'oferta de productes sense gluten, que actualment conté més de 3.000 productes, 2.500 de marques líders, a més de 541 productes garantits sense gluten de marca pròpia. De tots aquests, 10 són nous aliments específics per a celíacs. A les receptes s'hi ha substituït el blat per altres ingredients, com el blat de moro,

l'arròs o la civada lliure de gluten. A l'etiqueta de cada producte hi destaquem el missatge "sense gluten" de color vermell, de manera que resulti fàcilment identificable. Gràcies a l'acord amb EZE, les noves incorporacions de productes a la nostra oferta seran testades pels seus associats.

Per a l'any 2019 tenim previst estendre l'acord amb altres associacions de celíacs d'altres comunitats autònomes, de forma que cada vegada més territoris puguin gaudir dels avantatges d'aquesta col·laboració.

# Alimentació i hàbits saludables des de la infància

413-1

EROSKI considera que una ciutadania formada i informada és fonamental per mantenir una alimentació equilibrada i saludable. En aquest sentit, promovem una alimentació que previngui l'obesitat infantil a través del nostre compromís núm. 3, facilitant l'accés a productes més saludables i formant els nens i nenes perquè tinguin una millor alimentació.

## Escola d'alimentació

Aquesta iniciativa de la Fundació EROSKI va néixer el 2013 amb la vocació de fomentar una alimentació equilibrada i uns hàbits de vida saludables entre la ciutadania. És un punt de trobada de professionals de la salut i l'educació, progenitors, escolars i la resta de la ciutadania compromesa amb la millora de l'alimentació i l'estil de vida.

L'Escola d'Alimentació ofereix informació actual i de qualitat provinent del coneixement científic i de les investigacions que desenvolupa. El repte definit és "moure'ns junts cap a una societat més sana i, per tant, més feliç". Així mateix, en col·laboració amb l'Escola d'Alimentació, ins-

tal·lem espais didàctics en actes amb participació infantil perquè les nenes i els nens puguin adquirir d'una forma lúdica coneixement sobre bons hàbits alimentaris.

[www.escueladealimentacion.es](http://www.escueladealimentacion.es)

Per desenvolupar el Programa Educatiu en Alimentació i Hàbits Saludables i la resta de les iniciatives de l'Escola d'Alimentació, com el Passaport Saludable, hem col·laborat també amb governs autonòmics i diferents organitzacions relacionades amb la salut i el consum responsable.



## "Energia per créixer", Programa Educatiu en Alimentació i Hàbits Saludables (PEAHS)

L'Escola de l'Alimentació es va crear després de l'èxit del projecte "Energia per créixer", el nostre Programa Educatiu en l'Alimentació i Hàbits Saludables, iniciativa posada en funcionament el 2012 per la Fundació EROSKI per tal de frenar la tendència creixent de la taxa d'obesitat infantil a Espanya.

[energiaparacrecer.escueladealimentacion.es](http://energiaparacrecer.escueladealimentacion.es)

L'objectiu primordial del programa és sensibilitzar els estudiants sobre la importància de seguir una alimentació equilibrada i un estil de vida saludable. Un total de 460.401 escolars de tot Espanya de 3.192 centres d'educació primària van participar en l'última edició.

Hi han participat des de l'inici el 28,5% dels centres d'Espanya. La nostra aspiració per al 2025 és formar més de dos milions d'escolars i les seves famílies.

El programa està compost per deu sessions lectives i tres tallers pràctics:

### Sessions lectives:

El 2018 hem actualitzat part dels materials educatius que vam crear sobre alimentació equilibrada i hàbits saludables en les quatre llengües oficials (castellà, euskera, gallec i català) perquè els centres escolars puguin impartir-lo en hores lectives. Amb aquests materials, es forma l'alumnat en alimentació equilibrada, hàbits de vida saludable, el coneixement dels productes locals, les dietes d'altres llocs del món i la sostenibilitat del planeta. A més de noves activitats i mòduls de record, hi hem inclòs vídeos elaborats amb dos nous productors agroalimentaris, Fibrasa i Conservas Arroyabe, amb l'objectiu de consolidar els criteris per desenvolupar una alimentació saludable que inclogui productes locals.

Els continguts han estat elaborats per un comitè científic format per professionals de la medicina, la nutrició i dietètica, la psicopedagogia i la pedagogia. A més a més, hem comptat amb la col·laboració d'Unicef, WWF, la Fundació Espanyola del Cor i el Basque Culinary Center.

### Tallers pràctics:

En tres tallers pràctics l'alumnat experimenta el que ha après en un entorn real i quotidià

#### Visita a una botiga:

Els escolars revisen amb productes reals l'etiquetatge nutricional i la ubicació que tenen a la piràmide nutricional. De la mà de la persona responsable del taller, aprenen a compondre un cistell saludable i a construir una piràmide nutricional.

#### Visita a un productor o fabricant local o regional:

l'alumnat aprèn, d'una manera didàctica i lúdica, la importància de la producció local d'aliments com a eix de valor en matèria de sostenibilitat mediambiental, cultural i social. El 2018, Fibrasa i Conservas Arroyabe s'han sumat al llistat de productors locals que col·laboren amb el programa des de l'inici: Barrenetxe, Gomiztegi, Lacturale, UDAPA i Nusi.

#### Aula de cuina:

consisteix a elaborar i cuinar el menú per a un dia complet amb l'assessorament d'un professional del Basque Culinary Center, centre mundial de referència en gastronomia i cuina.

## Programa educatiu CAPRABO

A Catalunya, el nostre programa educatiu per una alimentació saludable "Tria bo, tria sa" de CAPRABO ha celebrat el 2018 el 10è aniversari. Té l'objectiu d'ensenyar als nens i nenes a alimentar-se de manera saludable i fomentar-hi uns hàbits d'alimentació equilibrada, acompanyats d'una persona professional de la nutrició. Per això, es duen a terme accions teòriques de sensibilització a l'aula i pràctiques als supermercats, on se'ls ensenya a escollir un cistell de la compra saludable. A més a més, se celebra un concurs en el qual, juntament amb les seves famílies, desenvolupen el menú de dia i adquireixen el compromís d'un bon hàbit familiar.

Així mateix, el programa fomenta hàbits d'alimentació saludables durant els primers anys de vida en un curs dirigit a escolars de 2 i 3 anys, fruit de la col·laboració entre CAPRABO i la cooperativa Encís.

Com a novetats, enguany s'ha introduït nou material per a l'alumnat, amb l'objectiu de conscienciar en matèries relacionades amb el desenvolupament sostenible, el consum responsable o la fam zero, entre d'altres. D'altra banda, 5.3 el programa s'ha adaptat a un format digital per arribar a més centres i facilitar l'accés a la informació.

## Programa educatiu VEGALSA-EROSKI

A Galícia, el programa educatiu per a una alimentació saludable que duu a terme VEGALSA-EROSKI es consolida mitjançant les activitats "Visita el súper" i "Mates al súper", als qual s'hi suma la iniciativa "Come rico, vive san", emmarcada dins el projecte nacional "Prevenció de l'obesitat. Alleugera la teva vida", liderat per

la Societat Espanyola de l'Obesitat (SEEDO), a través de la seva fundació. Aquesta iniciativa, en la qual col·labora VEGALSA-EROSKI i que ha estat certificada com "esdeveniment d'excepcional interès públic" pel Govern d'Espanya, cerca aturar i revertir l'epidèmia de l'obesitat al país.



### "Visita el súper"

El seu objectiu és fomentar hàbits de vida saludables, el comportament responsable, i la promoció i defensa dels interessos i els drets dels consumidors.



### "Mates al súper"

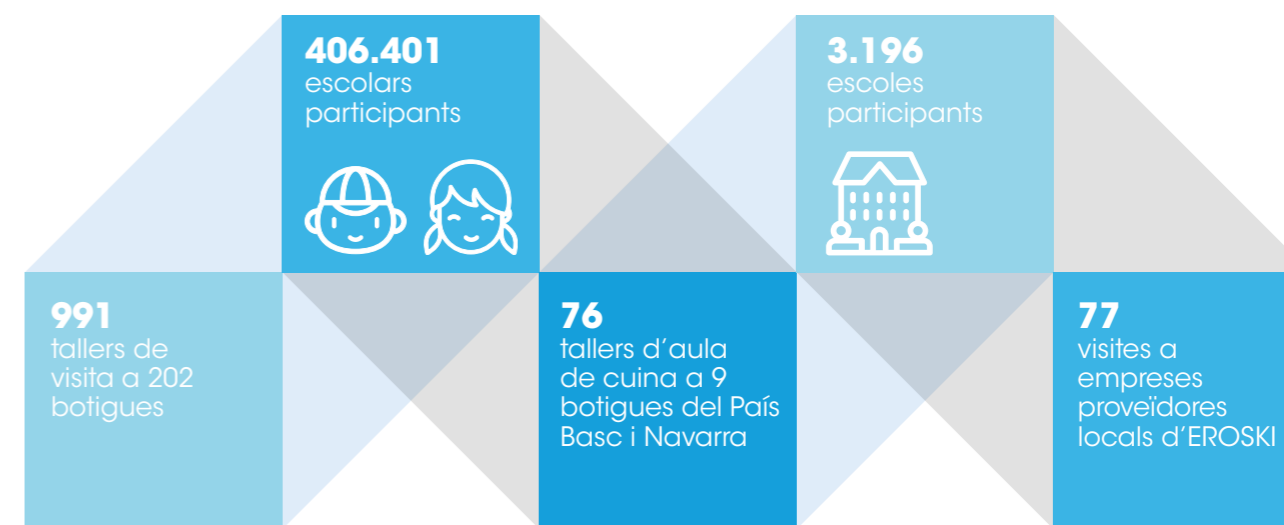
Durant la visita a la botiga, es fan exercicis de càlcul, estimació, observació, recollida de dades, etc., per equips. Es fa la compra d'un esmorzar saludable per després passar per caixa realitzant la tasca de caixer/a. Posteriorment, s'analitza amb la monitora si la compra ha complert els requisits establerts i si ha estat saludable.



### "Come Rico, Vive San"

Amb aquest projecte es fomenta el compromís amb l'alimentació i els hàbits de vida saludables, a través d'iniciatives variades de col·laboració formativa: Sannifestes a les escoles gallegues, els tallers "Dálle valor ao peixe", els obradors de pa i formatge, i els tallers d'alimentació saludable, tant per a la població infantil com per a la sènior i els proveïdors. Destaca, a més a més, la campanya de sensibilització "Prevenció de l'obesitat. Alleugera la teva vida", liderada per la Societat Espanyola per l'Estudi de l'Obesitat.

## Indicadors principals dels programes educatius del grup EROSKI per al curs 2017/2018



## VII Trobada de l'Escola d'Alimentació

Des de 2009, la Fundació EROSKI ha promogut trobades entre professionals sanitaris i ciutadans amb preocupacions i necessitats en matèria de salut. L'objectiu sempre és oferir un espai de reflexió al voltant dels afers rellevants relacionats amb la salut de la població.

El 2018 s'ha dut a terme la VII Trobada de l'Escola d'Alimentació, que, sota el títol "La gana és al cervell. Desenvolupar hàbits alimentaris saludables en els fills", ha comptat amb experts en l'àmbit de la nutrició, la ciència i la psicologia, que han analitzat amb socis i sòcies d'EROSKI Club la importància de l'alimentació en edats primerenques.

## Premien el Programa Educatiu de la Fundació EROSKI

La tasca realitzada per "Energia per créixer" ha estat reconeguda en nombroses ocasions. El 2018, el Programa Educatiu de la Fundació EROSKI ha estat guardonat amb el **Premi a la Millor Iniciativa Empresarial, atorgat per l'Acadèmia Espanyola de Nutrició**. Així mateix, ha estat finalista als IX Premis Coresponsables en la categoria de Comunicació Responsable a la Millor Estratègia Integral de Comunicació.

# Informació en salut i sostenibilitat 413-1

Mitjançant el nostre compromís núm. 10, busquem formar els consumidors per facilitar-los una vida saludable i sostenible, oferint-los productes informatius verídics, independents, pràctics i amens, i col·laborant activament en la millora de la salut i la sostenibilitat de les seves compres.

**EROSKI CONSUMER** és un projecte informatiu del Grup EROSKI que desenvolupem des de fa més de 40 anys amb aquest mateix objectiu.

A través d'aquest canal de comunicació pretenem formar i informar el consumidor sobre temes associats a l'alimentació, la seguretat alimentària i la salut, però també al medi ambient, la solidaritat, les mascotes i el món del nadó, l'economia, etc. En aquest canal hi participa un ampli grup de col·laboradors així com personal tècnic, professionals del periodisme, el disseny i la programació. També comptem amb la col·laboració de diverses entitats, com la Federació de Diabètics Espanyols, la Fundació Espanyola del Cor, el centre tecnològic Azti-Tecnalia i l'Associació Espanyola de Pediatres d'Atenció Primària. El projecte informatiu Eroski Consumer és quadrilingüe: castellà, català, euskera i galleg.

Aquest exercici 2018 ha estat un any de renovació per a Eroski Consumer en el qual s'ha fet un pas endavant en la forma d'oferir el contingut, introduint-hi innovació gràfica i disseny, però sense renunciar a les seves marques d'identitat: el rigor i la imparcialitat en continguts útils i pràctics per al consumidor.

En la edició impresa, distribuïda gratuïtament per tot Espanya, la publicació té un tiratge anual de 725.539 exemplars. També està disponible en versió digital a [www.consumer.es](http://www.consumer.es), amb prop de 50 milions de visites anuals. La web disposa d'una secció amb informació útil sobre el Camino de Santiago, una altra amb més de 4.600 receptes culinàries i 16 guies especialitzades en temes relacionats amb la salut, l'alimentació, els hàbits de vida, la cultura i el medi ambient. En la línia amb aquesta aposta per les noves tecnologies, oferim també tres aplicacions per a mòbil sobre receptes, el Camino de Santiago i notícies, que incorporen els últims articles d'Eroski Consumer. També som presents a les plataformes socials Twitter, Facebook, Google+ i YouTube.

Eroski Consumer ha publicat el 2018 set guies de compra amb les quals es pretén ajudar el consumidor a conèixer diferents categories de productes perquè, amb més coneixement, pugui escollir millor: patates, cacau en pols i crema, lasanya, gaspatxos i salmorejos, i galletes, llegums i torrons. A més a més, s'han publicat dos articles a la secció "Investigació a fons" sobre al·lèrgies i lactis amb un valor afegit desconegut.



### Edició impresa:

164.000  
persones  
lectores al mes  
el 2018



### Aplicaciones móviles:

App Recetas:  
594.107  
descargas

App Camino de Santiago  
173.035  
descargas

App News:  
8.762  
descargas



Todas ellas suman  
más de 775.000  
descargas

### Edición digital: [www.consumer.es](http://www.consumer.es)

Prop de  
50 millones  
de visitas el 2018

Més de  
4.600  
receptes culinàries

14 millones  
visitas al canal web  
d'alimentació

11 canals  
de continguts  
específics

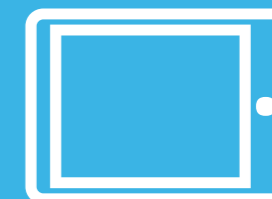
16 guies  
especialitzades

Visites guies  
d'alimentació

11 millones  
fruites

10 millones  
peixos i  
mariscs

6,5 millones  
verdures



### Redes sociales:



36.000  
seguidors  
en Twitter



1.300  
seguidors  
en Google+



46.000  
seguidors  
en Facebook



21.000  
seguidors  
en YouTube



Totes elles sumen un total de  
més de 100.000 seguidors





4

### Persones treballadores

Compromís amb un treball responsable i integrador

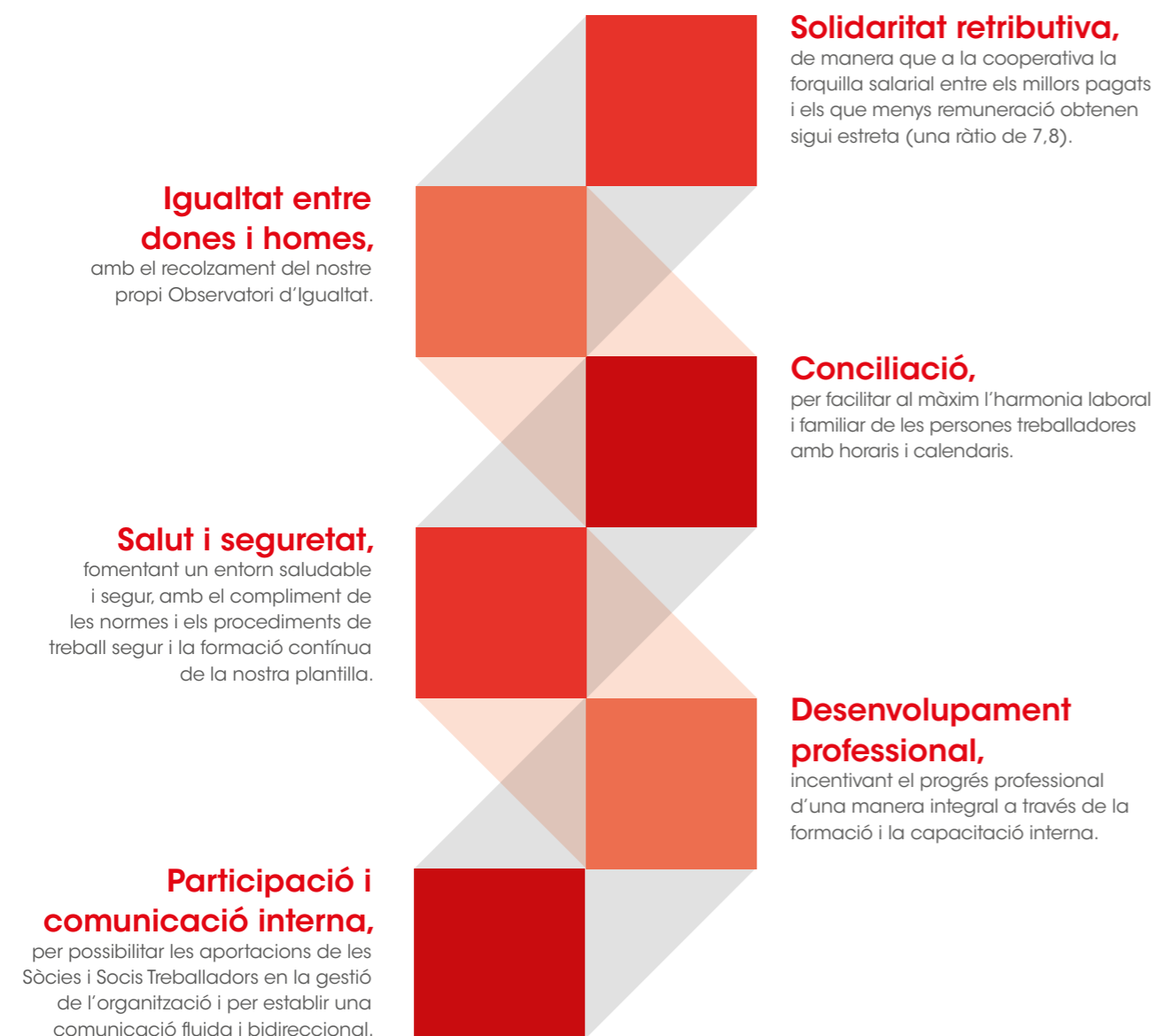
# Model de compromís integrador 413-1

La gestió de persones a la nostra organització es caracteritza per la particularitat que som treballadores i treballadors i, a més a més, també som propietàries i propietaris: 9.796 persones de la plantilla d'EROSKI som Sòcies i Socis Treballadors (el 32,6% del total), fet que ens fa participants en la gestió cooperativa d'empresa.

**A**questa condició es tradueix en un element diferencial del Grup EROSKI davant d'altres empreses de distribució: una actitud proactiva i un elevat nivell de compromís amb el projecte, que es reflecteix en els resultats en tots els àmbits de l'organització.

Com a part de la nostra millora contínua, el 2018 ens hem sotmès a un diagnòstic d'empresa saludable per identificar àrees de millora, per a les quals el 2019 definirem mesures concretes d'actuació.

L'ocupació que creem segueix el nostre model de gestió i el nostre compromís amb la plantilla, amb la clientela i amb la societat mateixa, i ens esforçem perquè sigui estable i de qualitat. Així, cal destacar que el 75,9% dels llocs de treball creats per EROSKI el 2018 van ser de caràcter fix. Pel que fa a la qualitat de la feina, a EROSKI treballem en els següents camps per fer realitat aquest concepte:



## Una empresa socialment responsable 414-1

**L**a nostra missió recull, entre d'altres, dos aspectes rellevants:

- La creació d'un projecte i model d'empresa que integri les persones i en propiciï el desenvolupament personal i professional.
- El compromís en la defensa dels consumidors i el medi ambient, per contribuir a millorar la comunitat en la qual actuem, com a expressió de la nostra responsabilitat social.

- El compliment legislatiu i de la normativa laboral i cooperativa vigent, així com dels compromisos propis d'EROSKI.
- La implantació d'un sistema de gestió ètic eficaç.
- La millora contínua en el comportament ètic de l'organització.
- El suport i respecte als drets humans proclamats en l'àmbit internacional.

Per a EROSKI, la responsabilitat social és un valor compartit per tota l'organització, que es troba sota la responsabilitat directa de la presidència. Integrant la gestió ètica entre els objectius principals de la direcció, assolim els nostres compromisos:

En els nostres Estatuts Socials, el Reglament de Règim Intern Cooperatiu i el Manual de Gestió Ètica s'hi recullen els compromisos en matèria laboral, tant per a les persones treballadores pròpies com per a les subcontractades i proveïdors. Entre ells, hi ha els principis següents:

- 1 Rebutjar** i no practicar el treball infantil.
- 2 Rebutjar i no practicar** el treball forçós o obligatori.
- 3 Proveir** un ambient de treball segur i saludable.
- 4 Respectar** la llibertat d'associació i el dret a la negociació col·lectiva.
- 5 Rebutjar** i no practicar la discriminació per cap causa.
- 6 Rebutjar** i no practicar l'ús de càstigs corporals, coerció mental o física o abusos verbals als empleats.
- 7 Garantir** el compliment legal pel que fa a les hores de treball i els dies festius.
- 8 Remunerar** d'acord amb la normativa legal de cada sector, garantint que es cobreixin les necessitats bàsiques del personal i alguna capacitat de despesa discrecional.
- 9 Implementar** un sistema de gestió que asseguri el compliment i la comunicació interna dels principis de la norma.

El 100% de les nostres empreses proveïdores estan sotmeses a aquestes exigències, i condicionem la nostra relació comercial amb elles al fet que compleixin la seva part quant a drets humans i laborals. Fem un seguiment especial a les empreses proveïdores amb més risc, que són les que pertanyen al sector tèxtil i de productes de no alimentació localitzades a l'Àsia.

A més a més, ratifiquem el nostre compromís amb els drets laborals i humans formant part de la Xarxa Espanyola del Pacte Mundial. EROSKI va ser un dels membres fundadors el 2002 i participa des d'aleshores en aquesta iniciativa per implantar principis bàsics de conducta i acció en matèria de drets humans, treball, medi ambient i lluita contra la corrupció en l'estratègia i les operacions diàries de l'empresa.

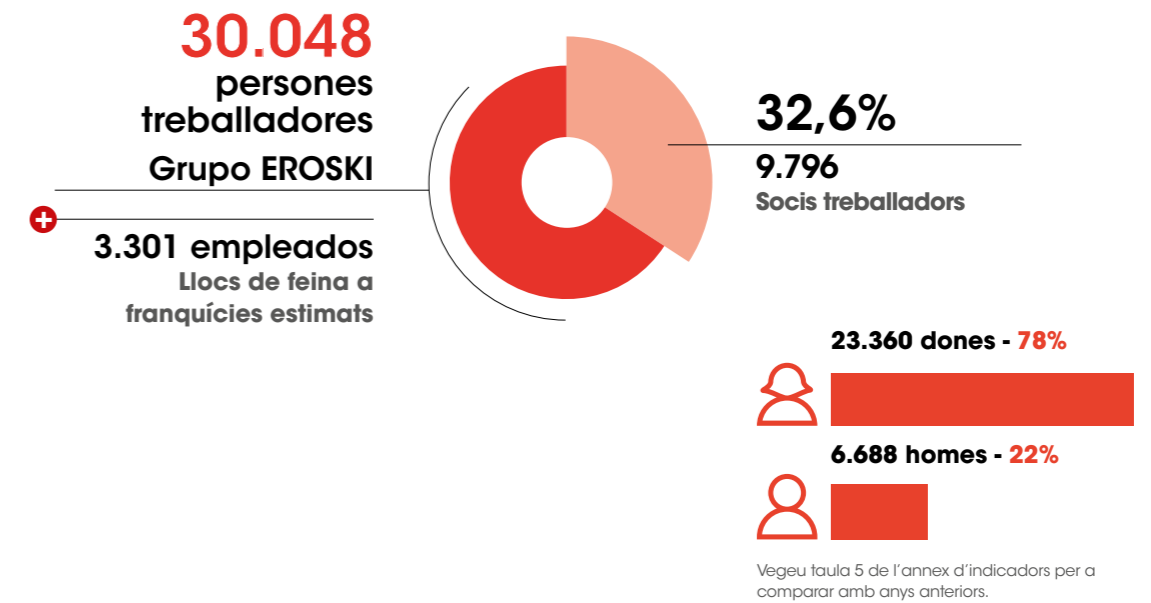
## Els 10 valors essencials del nostre treball



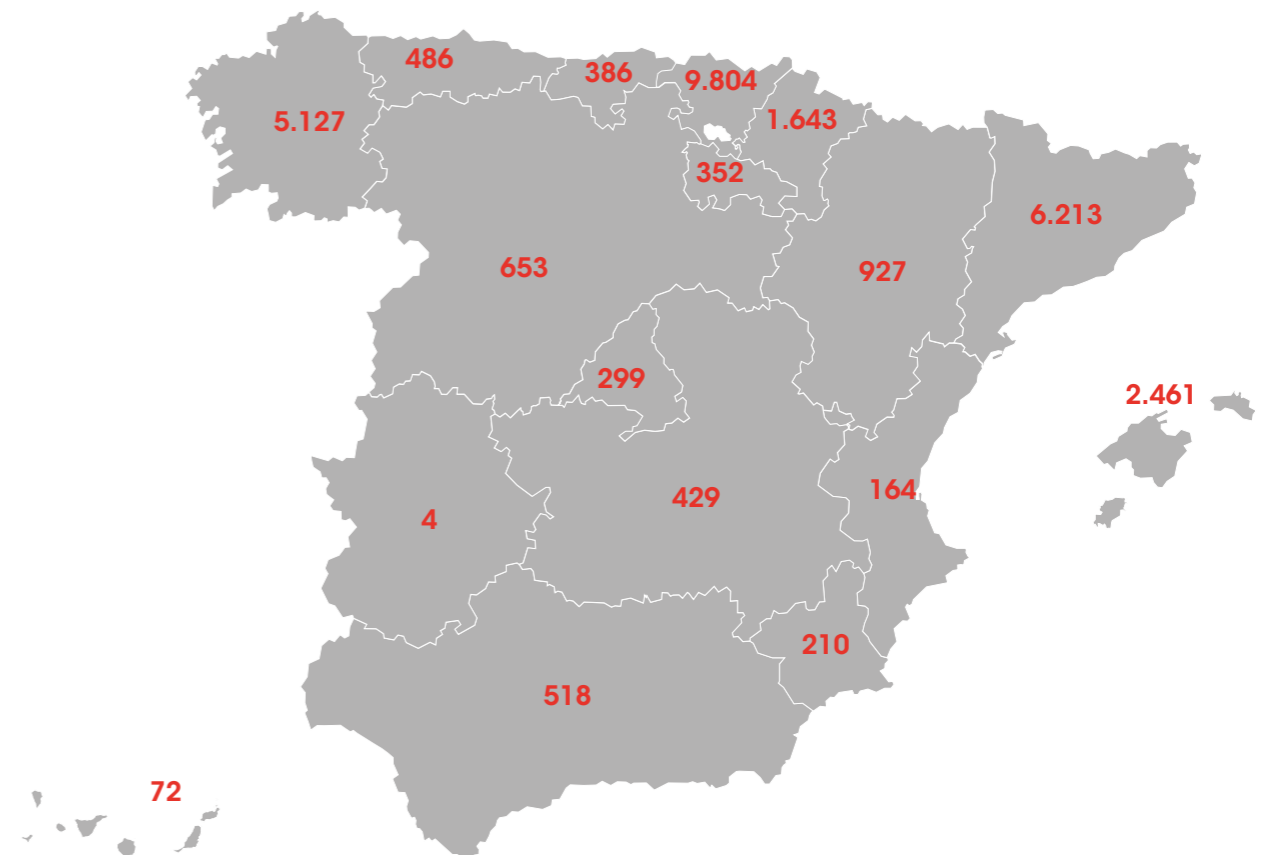
- |   |  |
|---|--|
| <p><b>1</b> Fomentem la <b>participació</b></p> <p><b>2</b> Promovem el <b>desenvolupament personal i professional</b> a través de la millora dels coneixements, les aptituds i les habilitats.</p> <p><b>3</b> <b>Sentiment de pertinença:</b> estem orgullosos de pertànyer a EROSKI i hi busquem àrees de millora.</p> <p><b>4</b> Impulsem la <b>informació i la comunicació</b> de manera bidireccional dins l'organització.</p> <p><b>5</b> Gràcies a la <b>solidaritat interna</b>, fem prevaldre la col·lectivitat sobre la individualitat, i el llarg termini sobre el curt termini.</p> | <p><b>6</b> <b>Dinamisme</b> per adaptar-se al canvi i promoure la innovació.</p> <p><b>7</b> <b>Orientats al client</b> per adaptar-nos i anticipar-nos a les seves necessitats.</p> <p><b>8</b> Millorem contínuament les condicions de treball per garantir una <b>qualitat de vida adequada</b>.</p> <p><b>9</b> <b>Solidaritat externa</b> per retornar a la societat el que ens aporta.</p> <p><b>10</b> Les persones treballadores aspirem al màxim nivell de <b>professionalització</b>.</p> |
|---|--|

## Principals indicadors 102-8; 102-41; 401-1

Nombre total de persones treballadores per gènere

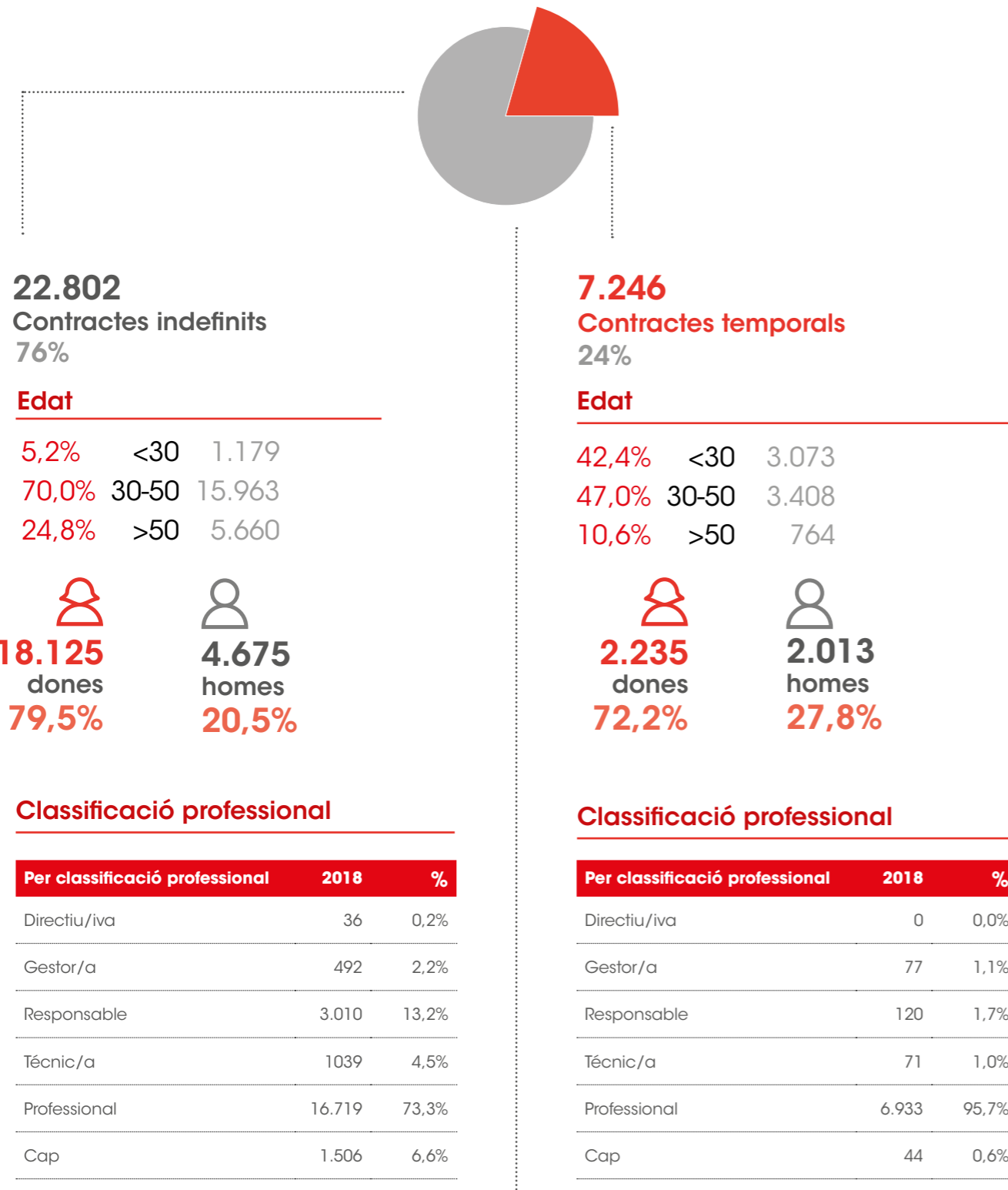


Nombre total de persones treballadores per comunitat autònoma

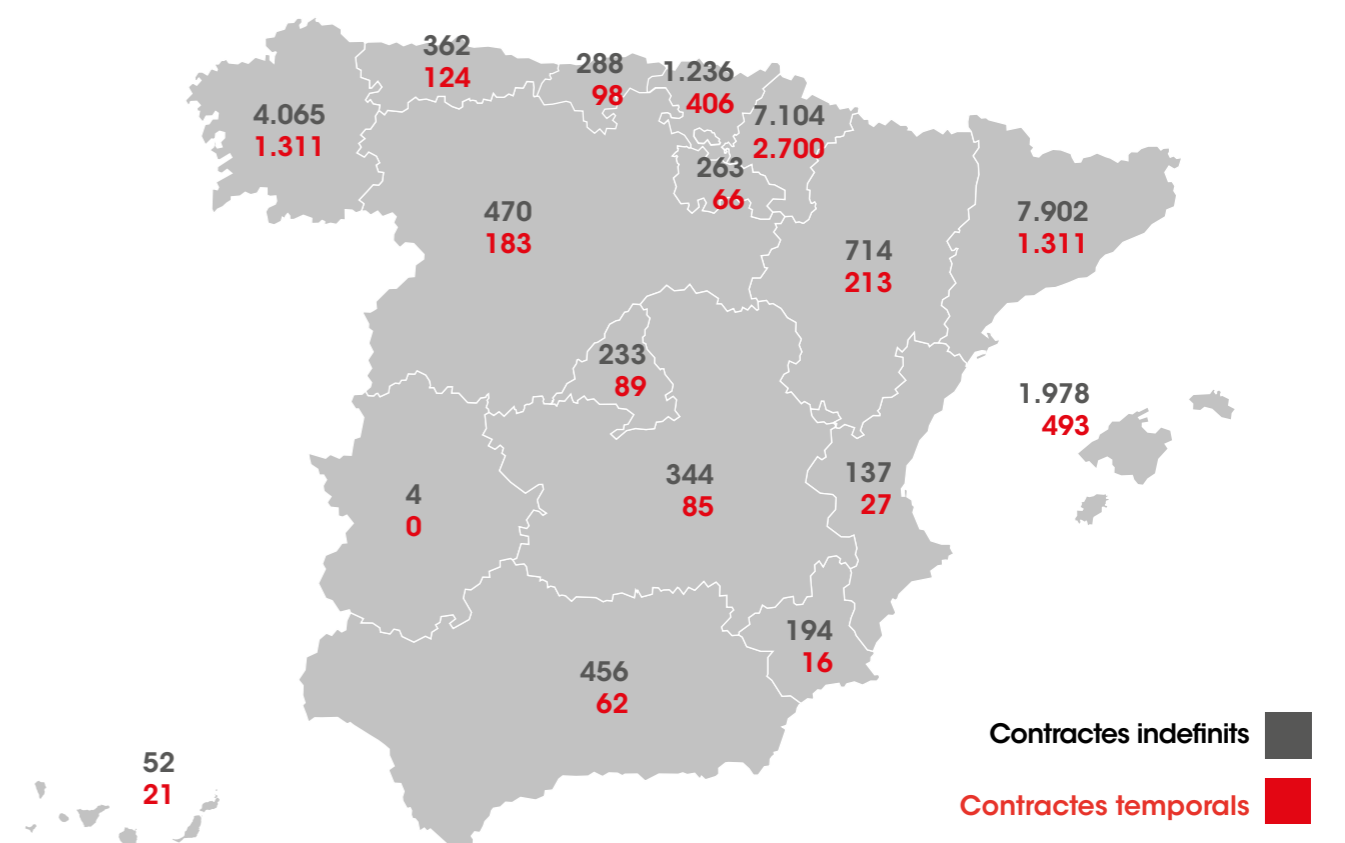


Vegeu la taula 6 de l'annex d'indicadors per comparar amb anys anteriors.

Distribució per gènere, franja d'edat i categoria professional de persones treballadores amb contracte indefinit



Nombre de persones treballadores per tipus de contracte i comunitat autònoma



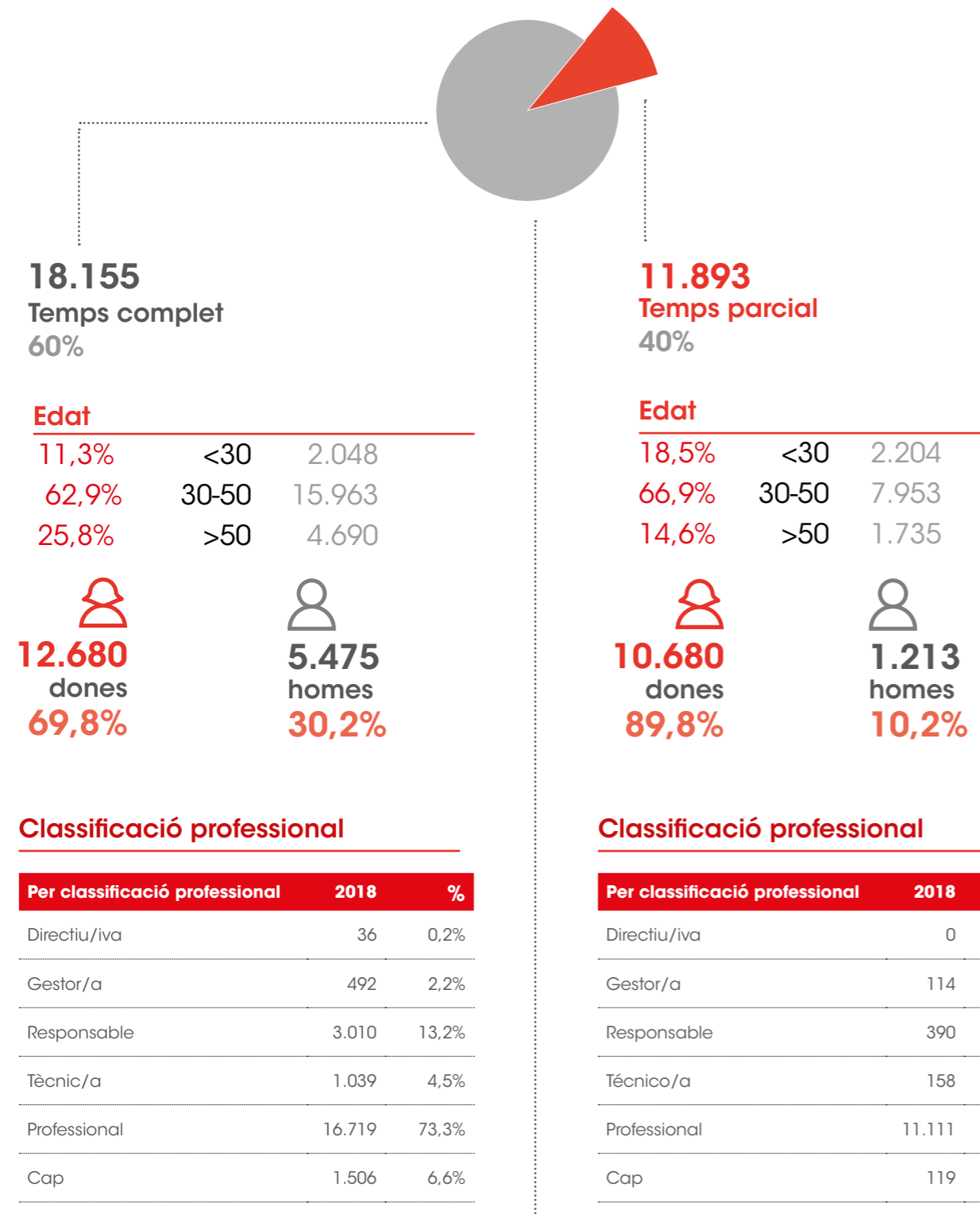
Per substitucions temporals, la plantilla temporal és del:

**32%**  
a l'estiu  
9.567 persones

**27%**  
al Nadal  
8.190 persones

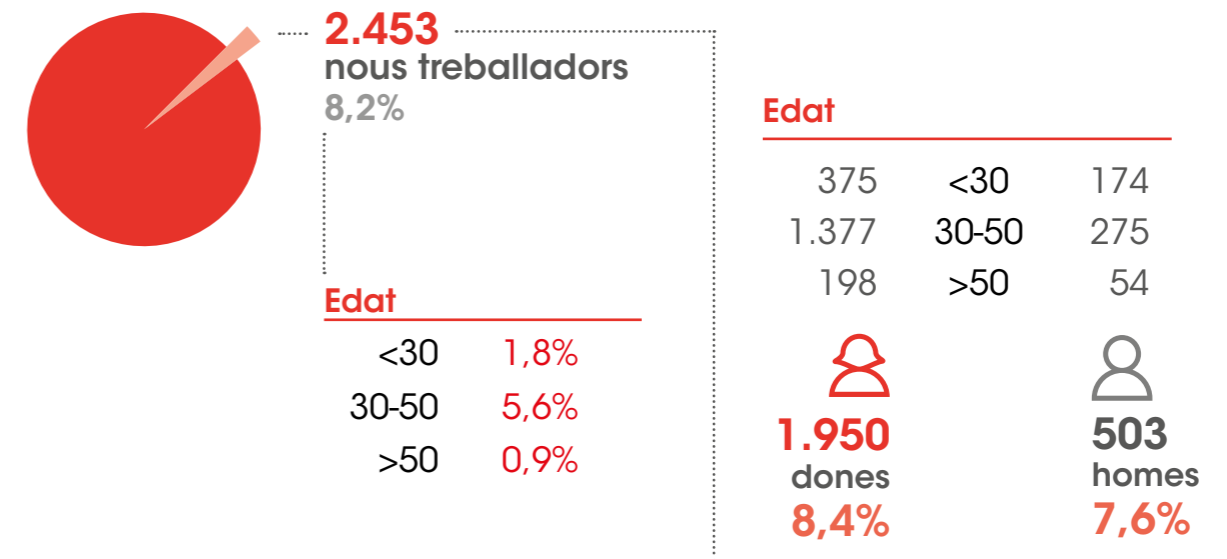
Vegeu la taula 7 de l'annex d'indicadors per comparar els valors totals amb anys anteriors i la taula 8 per als valors de les tres variables (gènere, edat i categoria professional) combinades.

Distribució per gènere, franja d'edat i categoria professional de persones treballadores amb jornada a temps complet e parcial



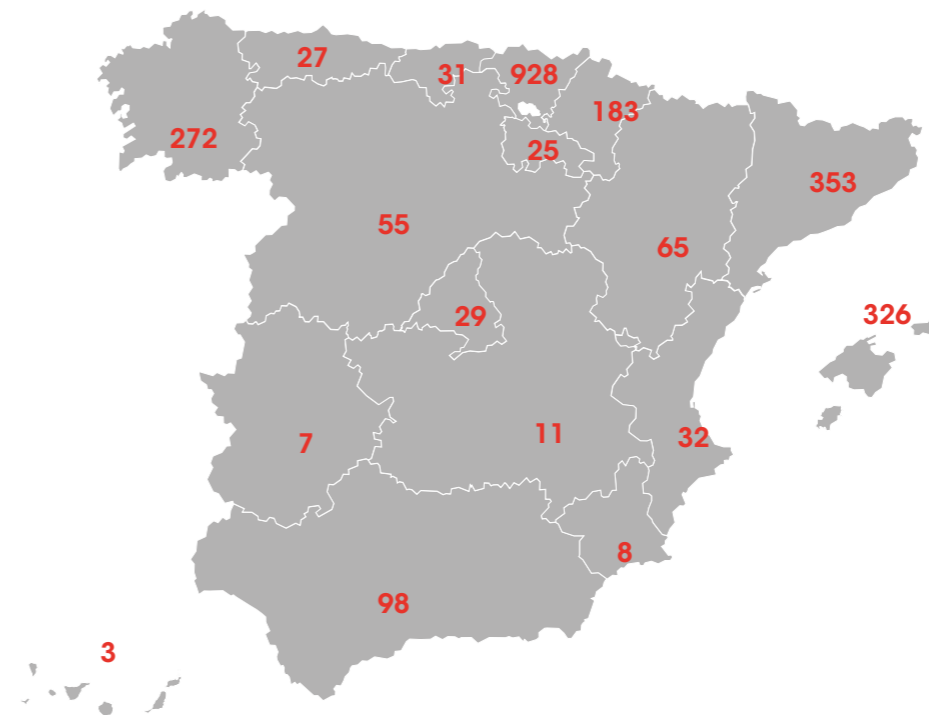
Vegeu la taula 10 de l'annex d'indicadors per comparar els valors totals amb anys anteriors.

Nombre i índex de contractacions



Vegeu la taula 11 de l'annex d'indicadors per comparar amb anys anteriors.

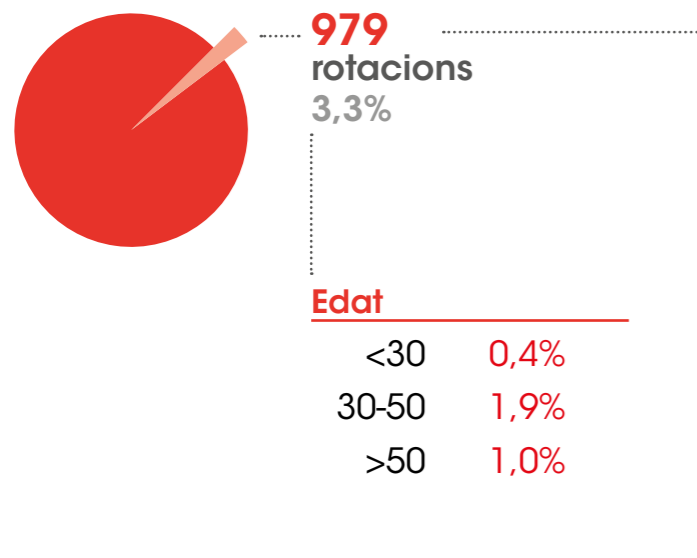
Nombre de contractacions per comunitat autònoma



Persones promocionades



Nombre de rotacions (sortides de persones treballadores) per comunitat autònoma

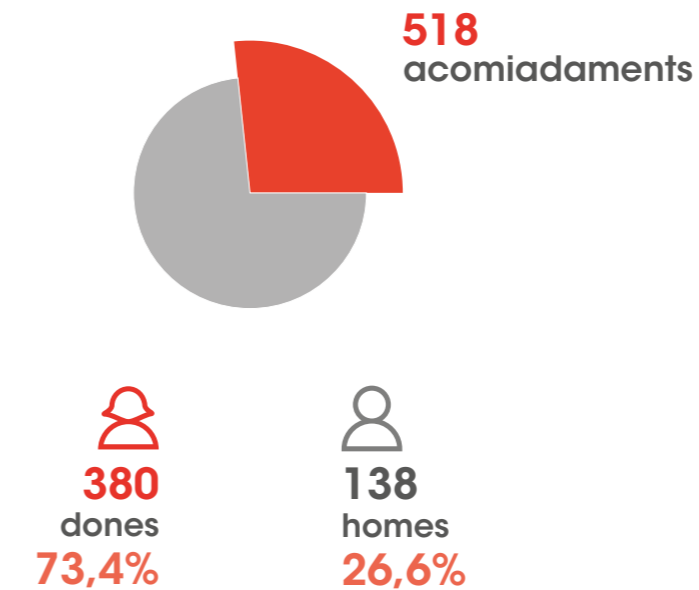


Edat		
70	<30	40
415	30-50	148
228	>50	78

	<b>713</b> dones 3,1%
	<b>266</b> homes 4,0%

Nombre d'acomiadaments per gènere, franja d'edat i categoria professional

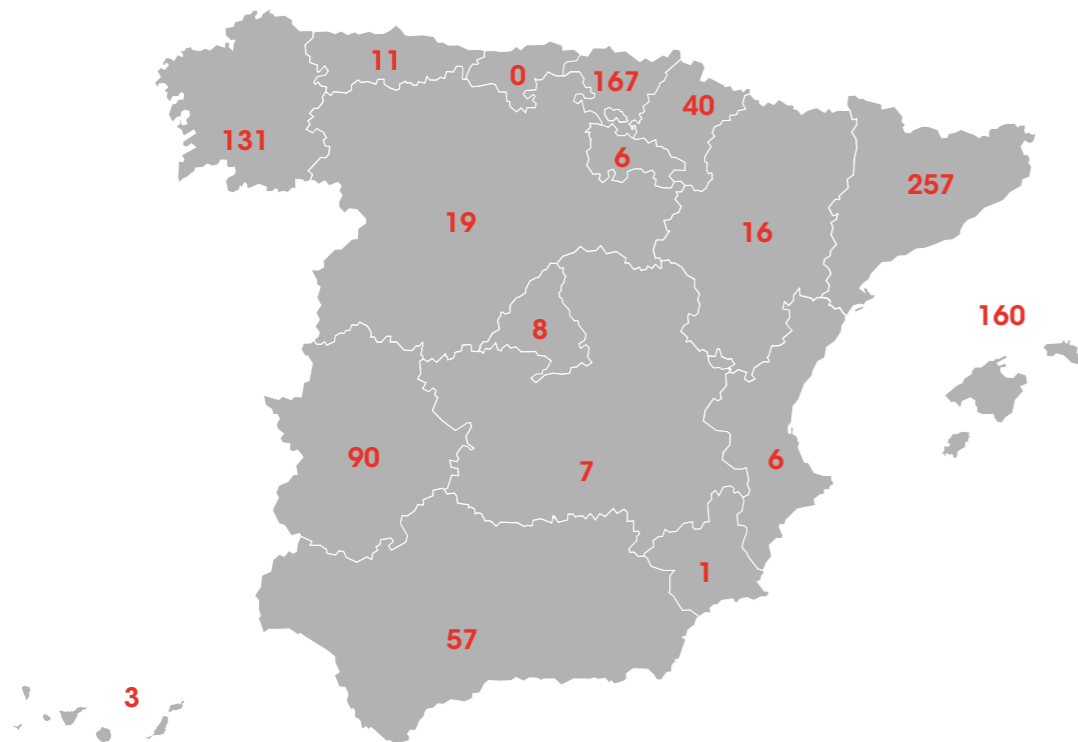


Negociació col·lectiva



**100%**  
dels empleats que no són socis cooperativistes estan coberts per un **conveni col·lectiu** (69% de la plantilla)  
Personal no soci cooperativista  
**20.506**

Nombre de rotacions per comunitat autònoma



Edat		
6,76%	<30	35
70,85%	30-50	367
22,39%	>50	116

Classificació professional

Per classificació professional	2018	%
Directiu/iva	1	0,2%
Gestor/a	10	1,9%
Responsable	52	10,0%
Tècnic/a	5	1,3%
Professional	418	80,7%
Cap	32	1,0%

# Els 6 eixos de la gestió responsable de les persones treballadores

## Solidaritat retributiva

102-34; 102-35; 102-36; 102-37; 102-38; 102-39; 202-1; 405-2

EROSKI S. Coop., seguint els seus valors corporatius, aplica el principi de solidaritat retributiva en tota l'organització, fet que es tradueix, en l'àmbit intern, en una estreta forquilla salarial entre els càrrecs amb menys responsabilitat i els d'alta direcció: en concret, el ventall salarial el 2018 va ser de 8,29. Així, la relació entre la compensació total que rep la persona amb més retribució i la mitjana de la compensació de la resta de personal a la cooperativa és de 7,64. Aquesta ràtio difereix considerablement de les empreses de l'IBEX 35, a les quals, segons dades del 2017, les primeres persones executives perceben de mitjana 86 vegades més retribució que la mitjana de la resta de la plantilla

El Comitè de Valoració, anomenat pel Consell de Direcció i el Consell Social, és l'encarregat de definir la

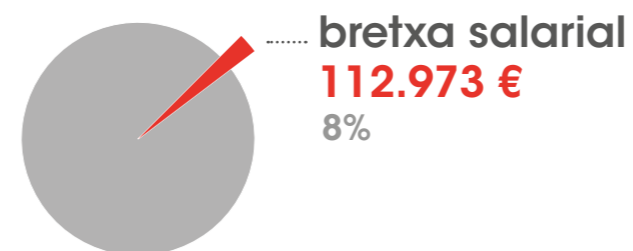
retribució a la cooperativa, un cop valorades les tasques i les capacitats i competències requerides per a cada lloc de treball. D'altra banda, la Comissió de Nomenaments i Retribucions és la que proposa al Consell Rector la política retributiva de l'alta direcció

La retribució d'EROSKI és pública i igualitària entre homes i dones, i depèn del lloc de treball i no d'altres factors com l'antiguitat o la negociació individual. A més a més, per permetre la captació i retenció dels recursos humans necessaris, s'aplica el principi de competitivitat externa, adequant la retribució als nivells més generalitzats en les empreses del sector. Així, en el cas del conveni de supermercats, el salari base mínim és un 30% superior al salari mínim interprofessional a Espanya.

En l'àmbit extern, la solidaritat retributiva implica que la remuneració del Consell de Direcció és entre un 68% i un 73% inferior al valor del mercat. Així, durant el 2018, la remuneració total del president i dels membres del Consell de Direcció va ser, en conjunt, de 835.523 euros. Això difereix enormement de la realitat de les empreses de l'IBEX 35, en les quals la retribució mitjana per conseller és quasi 7 vegades el que percep de mitjana una persona del Consell de Direcció d'EROSKI. Així mateix, els membres del Consell Rector, el nostre òrgan superior de govern, no perceben cap retribució fixa ni variable per aquesta tasca (excepte els costos de desplaçaments a les reunions de l'òrgan esmentat).

	EROSKI S. Coop.	Resta del Grup
Ventall salarial a la cooperativa	8,29	11,96
Ràtio de la compensació total anual de la persona millor pagada de l'organització enfront de la mitjana de la compensació total anual de la resta dels empleats	7,64	9,91
Increment percentual entre 2017 i 2018 de la compensació total anual	Des del 1,45% fins al 2,97%	1% d'increment del salari base en totes les societats excepte FÒRUM SPORT, que ha variat des del 0,18% fins al 1%.
Ràtio entre la retribució mitjana dels membres del Consell de Direcció i directius i la resta d'empleats	3,70	4,52
Ràtio entre el salari base i el salari mínim interprofessional	+53%	+30%

## Remuneració mitjana per gènere del Consell de Direcció



## Remuneració mitjana per gènere i categoria professional

### EROSKI S. Coop.

	Directiu/iva	Gestor/a	Cap	Professional	Responsable	Tècnic/a
Dona	71.502	44.396	31.033	16.730	22.597	30.331
Home	74.706	46.960	31.346	18.617	23.041	30.954
Bretxa salarial	4%	5%	1%	10%	2%	2%

## Remuneració mitjana per gènere i franja d'edat

	Edat		Bretxa salarial
Dona	<30	16.428	-3%
Home	30-50	25.234	24%
	>50	27.046	29%

La retribució referència per categoria professional en la cooperativa és igualitària entre homes i dones. La bretxa salarial es deu a la distribució dispar en nombre de persones segons gènere en els diferents nivells de responsabilitat dins de la mateixa categoria professional i a una

evolució històrica dels índexs retributius. S'espera que progressivament la bretxa disminueixi amb la renovació natural de les persones treballadores dins de la cooperativa i la major presència de dones en llocs de major responsabilitat dins de la mateixa categoria professional.

## Resta de les societats

	Directiu/iva	Gestor/a	Cap	Professional	Responsable	Tècnic/a
Dona	52.363	51.867	28.625	15.894	21.334	29.760
Home	86.664	55.526	32.174	16.720	23.373	33.114
Bretxa salarial	40%	7%	11%	5%	9%	10%

	Edat		Bretxa salarial
Dona	<30	15.826	6%
Home	30-50	20.880	18%
	>50	25.923	33%

Totes les dades retributives estan calculades amb el 100% de la jornada laboral.

## Igualtat 405-1

EROSKI considera la igualtat d'oportunitats entre dones i homes com a principi bàsic i estratègic de la gestió de l'organització. Acabar amb la desigualtat suposa un procés de canvi directament relacionat amb la nostra cultura cooperativa i igualitària. En aquest sentit, EROSKI es regeix pel principi de no discriminació, ja inclòs als estatuts funcionals, no només en relació amb el gènere, sinó també amb la raça, l'orientació sexual, les creences religioses, les opinions polítiques, la nacionalitat, l'origen social, la discapacitat o qualsevol altre característica que pugui originar-la.

Per això, comptem des de 2005 amb una Comissió per la Igualtat responsable de l'elaboració i actualització periòdica del Diagnòstic i el Pla per a la Igualtat de Dones i Homes d'EROSKI, i amb l'Observatori d'Igualtat, una eina per vetllar pel compliment d'aquest principi en tota l'organit-

zació. Aquest organisme està format per representants de les Sòcies i Socis Treballadors de la cooperativa i s'organitza en sis àrees de treball: ús del llenguatge, eliminació de barreres físiques i de salut, eliminació de barreres socials, desenvolupament personal i professional, i conciliació de la vida personal i professional.

A més a més, comptem amb un canal de denúncia i, des de 2015, amb un servei d'assessoria confidencial per evitar possibles casos d'assetjament a la feina i per canalitzar qualsevol incidència.

El 2018 hem fet un seguiment periòdic de revisió del Pla Estratègic d'Igualtat 2017-2020, i s'ha actualitzat el procés de selecció intern i extern, introduint-hi el compromís explícit amb la igualtat d'oportunitats.

### Altres actuacions destacades dutes a terme durant el 2018 són:

#### Celebració del Dia de la Dona

- Esmorzar gratuït per sensibilitzar sobre el 8 de març i celebrar-lo.
- Cartellera a tota la xarxa de botigues.
- Publicitat interna i externa de l'esdeveniment a través de la revista Nexo i les newsletters setmanals.

#### Formació per afavorir la igualtat

S'ha llançat la Escuela de Carretilleras, una acció per afavorir l'ocupació de les dones d'EROSKI en llocs de treball que tradicionalment tenen un rol més masculinitzat. La formació s'ha estès a 12 dones.

#### Col·laboracions

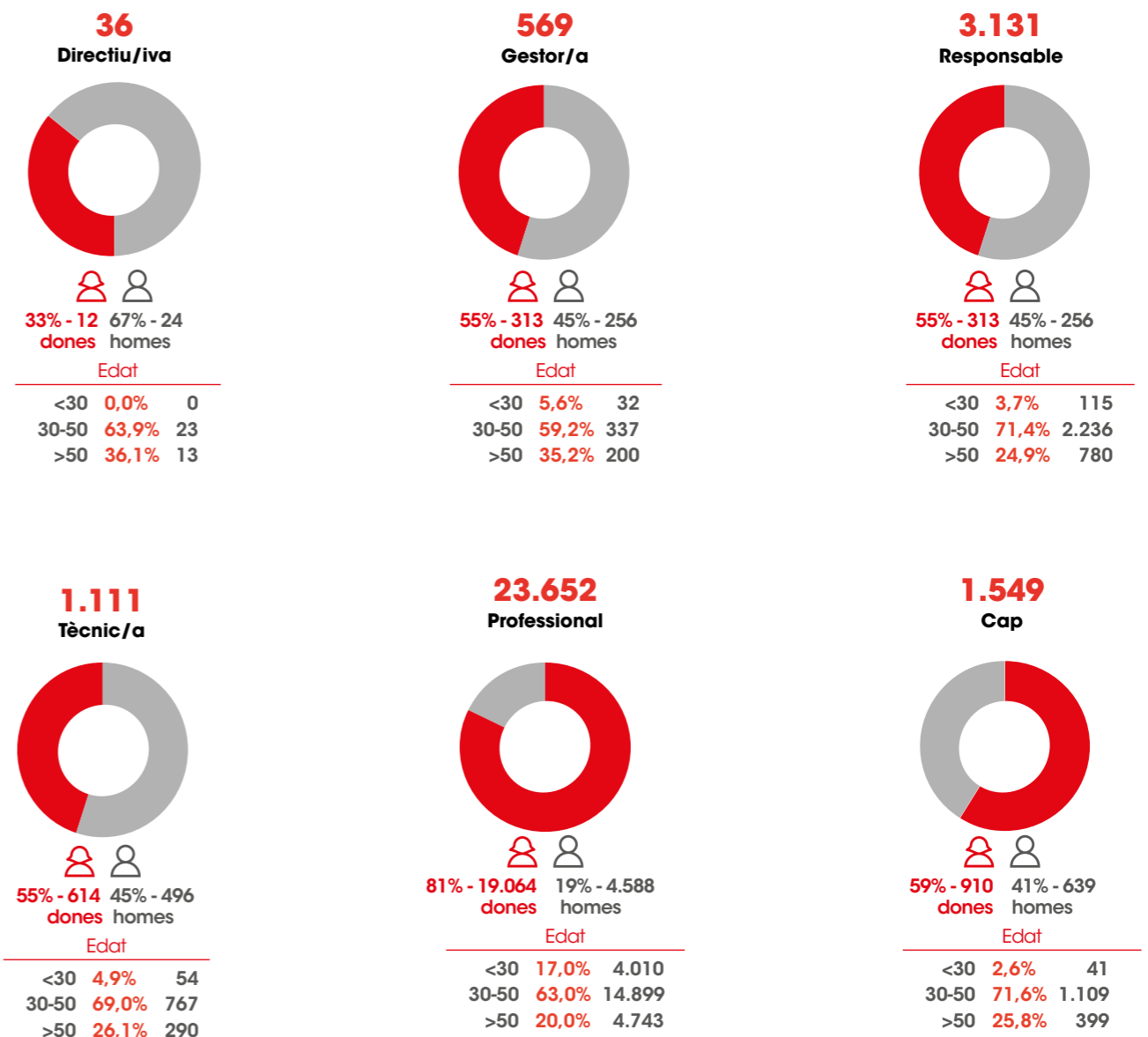
- Celebració de la jornada "La dona i el canvi social", abordada des d'una perspectiva interna, externa i intergeneracional. La jornada, a la qual van assistir 300 persones, va congrega dones que exerceixen el lideratge femení i treballen per un món més saludable, just, igualitari i equitatiu, i reflexiona sobre la responsabilitat de les persones adultes en la transmissió diària de la igualtat a les generacions més joves en tots els àmbits de la vida.
- Participació a la taula de diàleg "Mercados Inclusivos, Redes Sociales, Empleo Igualdad", organitzada per la Creu Roja Espanyola el 25 d'octubre de 2018 a Logroño.
- Participació i patrocini de la taula de salut organitzada per l'Associació de Directives i Empresàries de Bizkaia. La taula va abordar la revolució de les noves tecnologies aplicada a la salut, amb orientació a les dones.
- Participació a la campanya de conscienciació "A Coruña en negro contra las violencias machistas", del Concello de A Coruña.

## Indicadors d'igualtat

Com a mostra del nostre compromís per la igualtat, cal destacar que el 78% de la nostra plantilla són dones, i són elles les que han ocupat el 71% dels càrrecs de responsabilitat l'any 2018, percentatge molt superior a la mitjana del sector. A més a més, EROSKI S. Coop. compta des de principis de 2017 amb un Consell de Direcció amb presència paritària de dones i homes.

Així mateix, la presència de dones és també majoritària als òrgans de govern corporatiu. El 2018 es va aconseguir la paritat també al màxim òrgan de govern d'EROSKI S. Coop., el Consell Rector.

### Distribució per gènere i franja d'edat de persones treballadores segons categoria professional

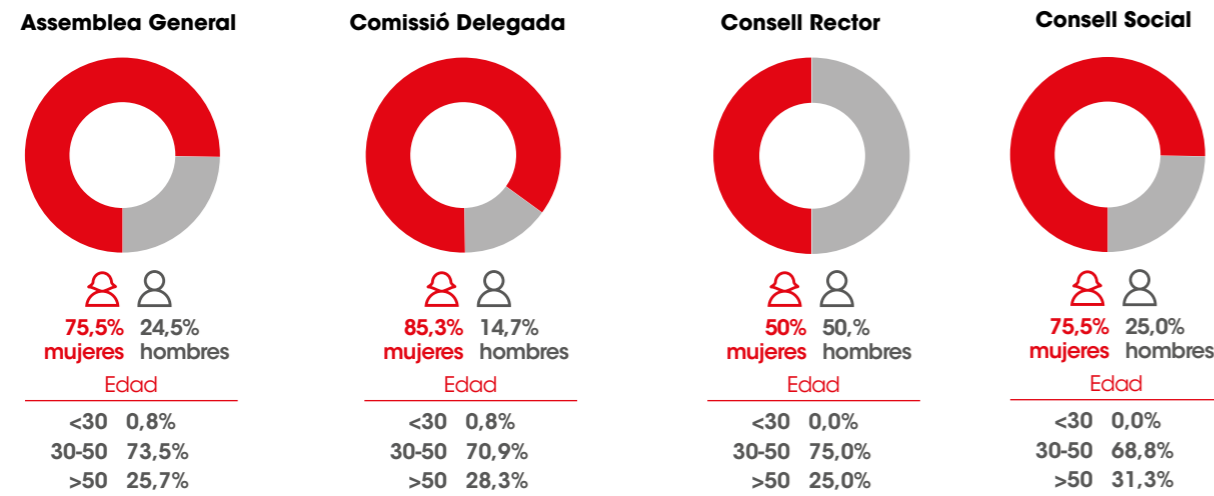


Vegeu la taula 13 de l'annex d'indicadors per comprovar les dades de nombre de persones treballadores per gènere, franja d'edat i categoria professional combinades.





Distribució per gènere i franja d'edat dels òrgans de govern



Vegeu la taula 35 de l'annex per comprovar els valors en nombre de persones als òrgans de govern per gènere i franja d'edat.

## Conciliació

Una de les àrees de treball del nostre Pla d'Igualtat és la conciliació de la vida personal i professional. En aquest àmbit, les accions desenvolupades el 2018 s'han centrat en:

- Ampliació del permís recuperable per ingrés o intervenció quirúrgica de familiars, sense necessitat que la intervenció comporti pernoctar.
- Ampliació del permís per mort de familiars de segon i tercer grau.
- Incorporació d'una llicència retribuïda per atendre fills prematurs o nounats que han de romandre hospitalitzats després del part millor que la que es preveu a l'Estatut dels Treballadors.



## Indicadors de conciliació de la vida personal i professional 401-3

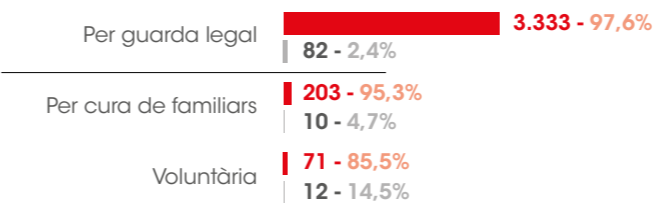
En matèria de conciliació, EROSKI compta amb permisos addicionals als que la legislació estableix i impulsa entorns i horaris de treball que permetin un equilibri entre la vida personal i professional. Per exemple, el 2018, un 13,3% de les persones empleades van treballar amb reducció de jornada o van estar d'excedència per guarda legal o per cura de familiars.

Així mateix, EROSKI atén també les particularitats d'altres projectes personals de les treballadores i treballadors, oferint la possibilitat de reduir la jornada sense una causa manifesta, o mantenint el dret a recuperar la jornada laboral completa un cop finalitzat el període de reducció, o concedint excedències temporals voluntàries amb reserva de llocs de treball per a projectes de col·laboració amb ONG o altres plans de desenvolupament personal. Així, durant l'exercici passat, 926 persones es van acollir a una reducció de jornada o excedència voluntària.

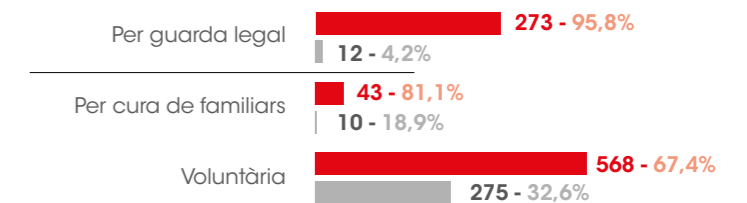
### Distribució per gènere de permisos parentals

			Total
Núm. de total de persones que s'han acollit al permís parental el 2018	484	131	615
Núm. de total de persones que han tornat a la feina el 2018 després de finalitzar el permís parental	267	98	365
Taxa de retorn a la feina (% de persones que van tornar després de finalitzar el seu permís el 2018)	77,6%	83,1%	79,0%
Núm. de persones que continuen a EROSKI 12 mesos després de reincorporar-se després del permís parental el 2017	394	121	515
Taxa de retenció (% de persones que continuen a EROSKI 12 mesos després)	79,6%	74,2%	78,3%

### Distribució per gènere de persones treballadores amb reducció de jornada segons causa



### Distribució per gènere de persones treballadores amb excedència segons causa



Dones Homes

Dones Homes

## Salut i seguretat a la feina

### Prevenió de riscos laborals 403-1; 403-4

EROSKI té el compromís de protegir i millorar la salut de la plantilla, i per fer-ho desenvolupem una tasca proactiva en matèria de seguretat i salut. Actuem en els àmbits de la prevenció, formació i foment de la salut, millorem de forma contínua els sistemes de prevenció de riscos laborals i els integrem en la gestió global de l'empresa.

Disposem de dos Serveis de Prevenció de Riscos Laborals propis amb caràcter mancomunat, un per a CAPRABO i un altre per a la resta de les societats del Grup. Les especialitats de les quals s'ocupen són: seguretat a la feina, higiene industrial i ergonomia, i psicociologia aplicada. La vigilància de la salut es realitza a través de serveis de

prevenció externs, tot i que, fins a l'octubre de 2018, EROSKI S. Coop. comptava amb aquesta especialitat dins del seu Servei de Prevenció Mancomunat.

A més a més, les treballadores i treballadors participem en la identificació de riscos i millores de les condicions laborals amb propostes als Comitès de Salut i Seguretat (que operen en diferents àmbits, des del mateix centre de treball fins a tota l'organització) i altres òrgans de representació societària, en els quals totes les persones empleades per EROSKI estan representades pels seus delegats i amb els quals es cobreix el 100% dels temes relacionats amb la salut i seguretat a la feina.



#### Mesures de prevenció de riscos laborals:

Al llarg de 2018, s'han dut a terme accions per prevenir els riscos laborals de la plantilla, entre les quals destaquen les següents:

**Revisió i actualització dels plans de prevenció** dels diferents negocis del grup, així com de les actualitzacions generals de riscos.

**Auditories internes de prevenció i inspeccions programades.** D'aquestes últimes se'n encarreguen els equips inspectors dels propis centres, que a més a més fan un seguiment posterior de les accions correctores proposades per reduir i millorar les anomalies detectades.

**Simulacres d'emergència a:** amb evacuació i sense als mateixos centres de treball.

**Formació:** s'han impartit cursos bàsics de prevenció i formacions específiques sobre riscos al lloc de treball o d'actuació en emergències.

### Vigilància de la salut 403-2

EROSKI té l'especialitat de vigilància de la salut concertada amb un servei de prevenció aliè, que és l'encarregat dels tipus de reconeixements mèdics següents: d'ingrés, periòdics en funció del risc del lloc de treball, després de baixes de llarga absència, obligatoris en llocs de treball concrets, en embarassos i valoracions mèdiques de personal sensible.

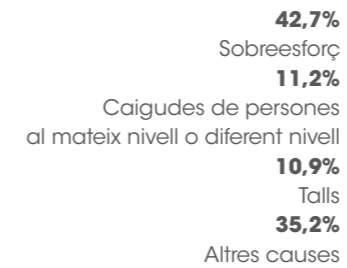
D'altra banda, pel que fa a la contingència professional, revisem i coordinem amb la mútua tots els casos considerats com a malalties professionals.

#### Taxa d'accidents laborals

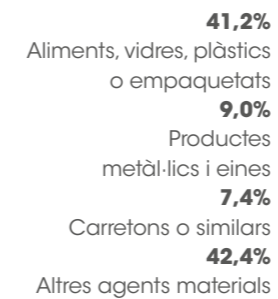
**33,9 accidents lleus** amb baixa per milió d'hores treballades



#### Causas:



#### Agent material:



**4x10<sup>-8</sup> accidents laborals greus** amb baixa per milió d'hores treballades



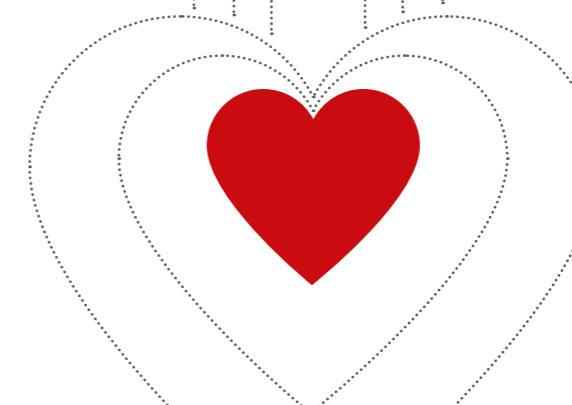
**5,0 accidents laborals in itinere** amb baixa per milió d'hores treballades



**morts per accident laboral o malaltia professional**



Vegeu la taula 14 de l'annex d'indicadors per comparar amb anys anteriors.





## Desenvolupament professional 404-1; 404-2

Potenciar el desenvolupament professional i personal dels equips d'EROSKI constitueix un dels tres pilars del Pla Estratègic al 2020, que situa la formació de les persones com una de les claus en la millora competitiva. A través de la capacitat de la plantilla, volem constituir equips de treball d'alt rendiment, incentivar el creixement professional i fomentar la cultura cooperativa d'autogestió.

Així, el 2018 hem invertit quasi 2 milions d'euros en la formació de les persones treballadores, amb **207.000 hores** impartides. Els programes de capacitat s'han centrat un any més en el lideratge i la professionalització de personal de frescos. A banda d'això, hem continuat apostant per un programa de talent per desenvolupar el potencial dins de l'organització.

### Els programes de formació destacats el 2018 han estat:

#### Escoles de frescos

El 2018 hem continuat amb el programa formatiu de les escoles de carnisseria, peixateria, fleca, xarcuteria i fruiteria. Per aconseguir-ho, hem comptat amb les eines de gestió i amb els centres formadors desenvolupats en anys anteriors, així com amb 50 monitors. Hi han participat més de 457 persones, amb 57.224 hores de formació impartides.

#### Programa d'atenció al client

Està centrat en optimitzar la capacitat del personal en l'atenció i el servei avançat a la clientela en botiga. Durant el 2018, s'han impartit 3.835 hores de formació en aquesta matèria.

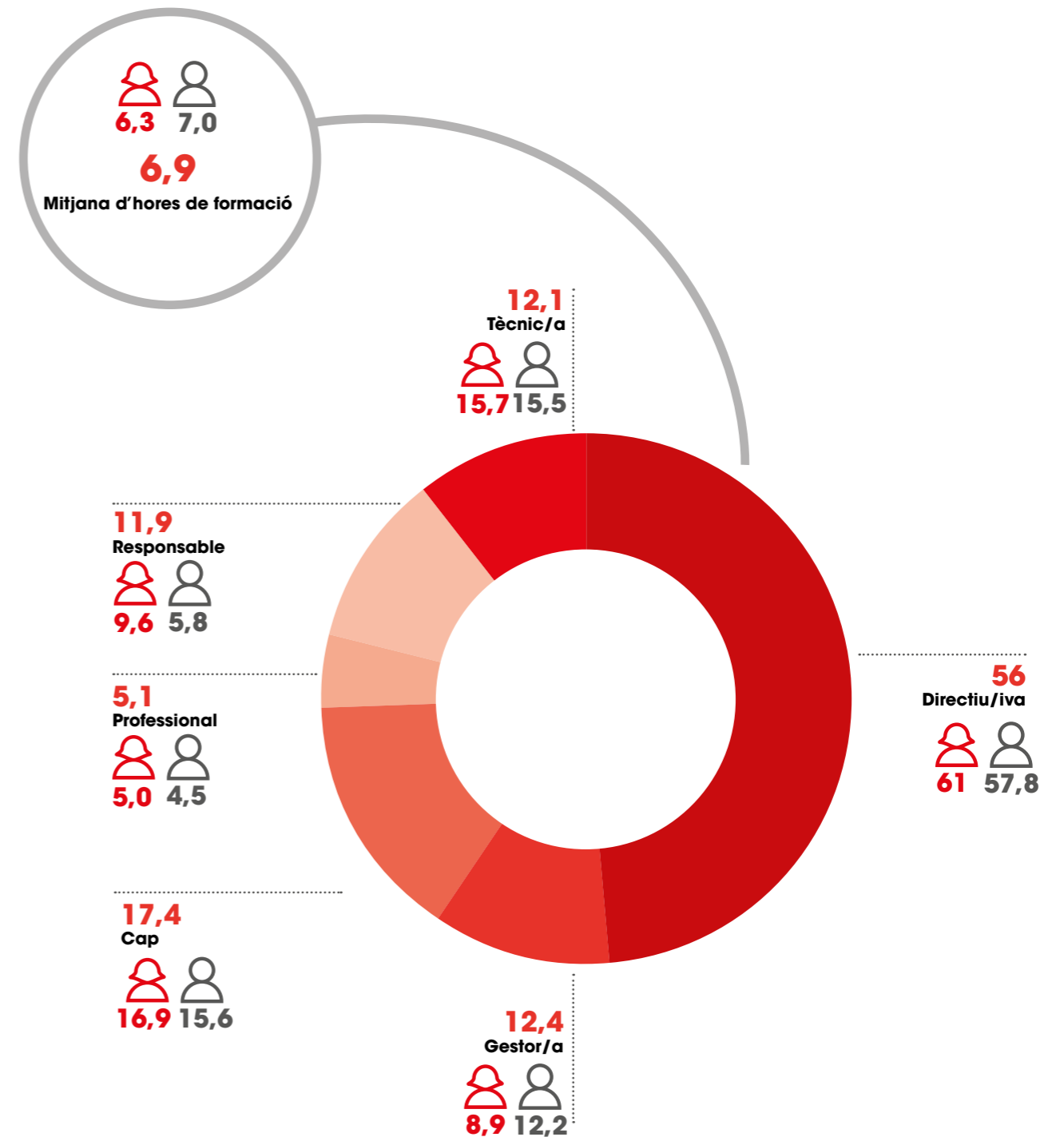
#### Orain Campus

Espai d'aprenentatge i desenvolupament, dins el Model de Talent i Desenvolupament Directiu d'EROSKI, per impulsar la innovació, el lideratge, el foment de l'esperit cooperatiu i la professionalitat, elements necessaris per enfrontar-se als reptes de l'organització. El campus acull quatre facultats (Comercial i Màrqueting, Red, Genio e Ingenio, i Sociolaboral).

#### SUMMA

Projecte que, des de 2015 i en col·laboració amb la Universitat de Mondragon, pretén desenvolupar les habilitats directives i de gestió organitzacional de les Sòcies i Socis Treballadors. Para una atenció especial a la promoció professional de les dones en l'àmbit dels càrrecs d'autoritat i directius. El 2018 es van dedicar 1.211 hores de formació a 11 persones.

Mitjana d'hores de formació de les persones treballadores d'EROSKI per gènere i categoria professional



Vegeu la taula 17 de l'annex d'indicadors per comparar amb anys anteriors.

## Promoció professional 404-3

**A**l costat de la formació, un altre dels elements que defineixen la gestió de les persones a EROSKI és la promoció, entesa com un procés natural a la vida professional de totes elles, i basada en la capacitat professional i en la qualitat de la seva feina. En aquest sentit, el 2018 vam promocionar el 0,9% de la plantilla, que correspon a 260 persones, de les quals un 75% eren dones.

### Percentatge de persones treballadores amb avaluació periòdica de l'acompliment i desenvolupament professional

**9.102**  
persones  
avaluades

**7.043 dones**  
77%

**2.059 homes**  
33%

**49%**  
de las  
persones  
subjectes a  
avaluació

**49 %**  
dones

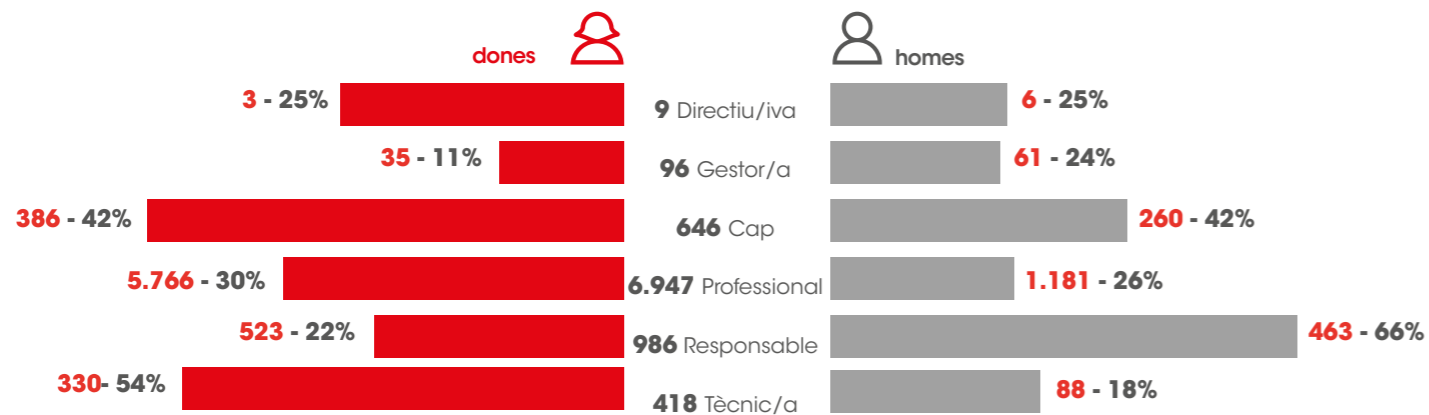
**47%**  
homes

**30%**  
del total  
de persones  
treballadores

**30 %**  
dones

**31%**  
homes

### Percentatge de persones treballadores amb avaluació periòdica de l'acompliment i desenvolupament professional



Vegeu la taula 18 de l'annex d'indicadors per comprovar el número de persones treballadores subjectes a avaluació i la taula 19 per comparar amb anys anteriors.

## Emprenedores i emprenedors en franquícia

**T**otes les obertures de supermercats en franquícia responen actualment al nou model comercial "amb tu" que la cooperativa promou.

Així, els Sòcies i Socis Treballadors que vulguin tenir el seu propi negoci poden acollir-se al nostre programa "Amb tu en franquícia", amb el qual oferim formació especialitzada, serveis i avantatges personalitzats, així com eines avançades per a la gestió de les botigues, a

més del suport d'una marca de confiança com EROSKI.

Per consolidar el nostre suport al col·lectiu franquiciador, mantenim els acords signats amb Cajasur i Kutxabank perquè es beneficiïni de condicions avantatjades de finançament. Així mateix, continuem amb la Confederació Espanyola d'Associacions de Joves Empresaris (CEAJE), donant-los suport per impulsar l'emprenedoria.

Així mateix, exigim als emprenedors en franquícia que compleixin també amb els drets laborals i humans dels seus treballadors, de la mateixa manera que s'hi han de comprometre els proveïdors.

A la xarxa de botigues en franquícia EROSKI s'estima que hi treballen 3.301 persones.

## Promoció de la cultura cooperativa d'autogestió

**D**e la nostra cultura cooperativa deriva l'interès per promoure un grau més alt d'autonomia en els equips de professionals de cadascuna de les botigues. Treballem per proporcionar-los totes les eines necessàries que els permetin aconseguir l'autogestió. És la filosofia del nostre model "amb tu".

Les persones professionals de cada botiga formen un equip independent que, treballant amb una perspectiva de persona propietària més que treballadora, i participen en el disseny i l'organització de la feina, fent de la botiga "amb tu" una botiga diferencial. Prenen les seves pròpies decisions en molts àmbits:

- Gestió interna: horaris, torns de treball, organització del treball en el dia a dia, vacances, dies lliures, permisos i lliurances, etc.
- Proposta de valor de la botiga, gestió de gammes locals i regionals, adequació al mercat i competidors locals, activitats d'implicació social amb la comunitat, etc.

Tot això impulsa el compromís intern de tot l'equip amb un projecte empresarial que fan seu, la qual cosa, alhora, enforteix el grup en conjunt.

### Kreant amb tu

La cinquena edició dels Premis Corporatius Krea ha reconegut les iniciatives de centres EROSKI, que, de forma més innovadora, a més de revalidar amb l'esforç diari la confiança dels clients, han dissenyat i posat en pràctica les seves pròpies iniciatives, idees que contribueixen a consolidar encara més els principis i pilars que millor ens defineixen. El 2018 hem celebrat que per primera vegada un dels equips premiats era de CAPRABO.

## Comunicació interna

El model cooperatiu d'EROSKI es caracteritza per una alta implicació de les persones treballadores en tota l'organització. Per fer-ho possible, comptem amb un model de gestió que afavoreix l'escolta activa i la comunicació contínua, elements clau per garantir la transparència i la motivació de la nostra plantilla, i per facilitar el desenvolupament d'una feina de qualitat.

Hem elaborat el Pla de Comunicació Interna 2018 amb la participació de prop de 4.500 Sòcies i Sòcis de Treball que han assistit a la reunió anual de tot el col·lectiu, en grups de 150 persones, liderats per l'alta direcció. La comunicació a EROSKI s'estén d'una forma individualitzada a tots els nivells dels diferents negocis i s'adapta a les característiques de cadascuna de les societats que conformen el grup.

Per fer-ho, disposem de diferents eines i publicacions, que enforteixen i promouen una comunicació fluida entre les persones treballadores i l'organització:

### NEXO

Publicació on-line, actualitzada a diari, que ofereix informació sobre totes les àrees de l'empresa, posant l'accent a les dades econòmiques i societàries, i als eixos comercials sobre els quals es fonamenta el model EROSKI "amb tu". A més a més, Nexo elabora monogràfics de manera regular.

### NÉCTAR

Revista de periodicitat mensual, centrada en els nous llançaments de les marques pròpies d'EROSKI, que detalla les característiques organolèptiques, de qualitat i envasament dels nous productes. La informació relativa als eixos estratègics d'EROSKI és un altre dels temes que aborda Néctar.

### La Parrapla

Butlletí mensual dirigit a la seu social, en el qual s'ofereix un compendi de les notícies més rellevants de la vida societària.

### Intranets corporatives

Ofereixen continguts d'utilitat professional i d'interès societari. A més a més, algunes intranets, com Forumnet a FORUM SPORT, funcionen també com a repositoris documentals. Aquesta possibilitat d'intercanvi d'informació i cooperació entre equips fa que siguin eines fonamentals per a la comunicació interna.

## Inserció laboral i innovació social

EROSKI, com a cooperativa de consum, és un projecte col·lectiu bolcat en la persona consumidora i en la societat. Així doncs, estem compromesos amb la integració de persones en situacions desfavorables i en risc d'exclusió social. Per fer-ho, establim anualment programes formatius i pràctiques no laborals per als col·lectius amb més dificultats d'inserció laboral, per mitjà de convenis de formació ocupacional signats amb els serveis d'ocupació públics o amb diferents organitzacions, com la Creu Roja.

Això permet capacitar-los professionalment i en facilita la incorporació laboral als nostres punts de venda. El 2018, en col·laboració amb 86 entitats, es van formar més de 450 persones, de les quals més de 120 van ser contractades per EROSKI en finalitzar els programes de capacitació.

Entre les diferents iniciatives per a la inserció laboral dutes a terme el 2018, cal destacar:

### Cursos amb compromisos de contractació

Durant l'any 2018, s'han impartit 6 cursos amb compromís de contractació, a través dels quals s'han signat 56 contractes de 93 alumnes, fet que suposa una taxa del 56% de contractació. Com a novetat, cal senyalar que aquest any s'ha començat amb els cursos amb compromís de contractació a CAPRABO.

### Formació Dual

Al juny de 2018 s'ha començat amb la formació dual. Actualment, 3 estudiants es beneficien d'un contracte per a la formació i aprenentatge d'un any, que els permet combinar els estudis amb pràctiques. Els llocs de treball en els quals s'està desenvolupant la formació són de venedor de viatges.

### Pràctiques no laborals

Hem superat les **37.000 hores** de pràctiques no laborals a CAPRABO i EROSKI, amb un total de 491 alumnes el 2018. D'aquests, 86 van ser contractats a la finalització de les pràctiques. Això suposa un increment del 72% respecte al 2017.

## Formació i integració social

En 2018 hem col·laborat amb 41 organitzacions que treballen amb persones de col·lectius desfavorits o en risc d'exclusió social, com la Creu Roja, l'Associació Zabaltzen Sartu, la Fundació Ilundain o Koopera. Han participat en aquests cursos 391 persones, 75 de les quals han estat contractades per l'organització després de finalitzar-los.

### Programa Inserta de la Fundació ONCE

EROSKI és una de les 64 empreses líders a Espanya que formen part del Programa i Foro Inserta de la Fundació ONCE. Com a empresa Inserta, manifestem el nostre compromís amb la responsabilitat social, la diversitat i la discapacitat, així com el nostre afany d'integrar aquesta variable de forma transversal a la cadena de valor i a les polítiques de responsabilitat social corporativa que desenvolupem, amb les quals millorem la nostra competitivitat. La Fundació ONCE col·labora amb nosaltres en el desenvolupament de projectes que potencien l'ocupació de les persones amb discapacitat i milloren la seva qualitat de vida, optimitzant totes les oportunitats d'innovació, diferenciació i creació de valor que aquests projectes ens ofereixen.

A més a més, d'una banda, estem compromesos en l'àmbit social amb la formació i l'ocupació de col·lectius que presenten dificultats d'inserció.

D'altra banda, el Grup EROSKI treballa en la innovació social per a la integració de persones amb capacitats diferents a través de diversos projectes. Treballem en projectes en col·laboració amb organitzacions de l'economia social i altres entitats amb finalitats socials, per estendre a altres regions la creació de llocs de treball per a persones amb discapacitat a supermercats en franquícia.



## Productes inclusius

**E**ROSKI ha començat el 2018, juntament amb Lantegi Batuak i el seu projecte Naia, amb la comercialització d'amanides i verdures fresques 100% ecològiques, d'acord amb el seu compromís pel desenvolupament social i la sostenibilitat. La cooperativa ofereix a 29 dels seus establiments del País Basc dues de les primeres referències que es comercialitzaran: l'amanida batavia i l'amanida mescla. Aquesta nova marca d'amanides i verdures fresques i ecològiques, a punt per consumir, estan produïdes en un marc de col·laboració amb diverses explotacions ecològiques de Biscaia.

Aquesta iniciativa se suma a les ja existents a VEGALSA-EROSKI i CAPRABO.

VEGALSA-EROSKI aposta per la capacitat i la incorporació de persones amb diversitat funcional a la seva activitat a través de l'activació de diversos projectes, com el llançament, l'any 2016, de la marca d'hortalisses We,

La Alegría de la Huerta, en col·laboració amb l'Associació Down Corunya, o l'acord, l'any 2017, amb la firma de Vigo Freschut per incorporar els seus productes de cinquena gamma als nostres lineals. Aquesta empresa, amb el 80% de la plantilla formada per persones amb diversitat funcional, proveeix productes com cremes de verdures i purés de fruita variada, que es comercialitzen sota la marca Galifresh.

CAPRABO va iniciar l'any 2017 la comercialització als supermercats dels formatges Muntanyola i els vins Urpina, que elabora la Fundació AMPANS. Aquesta organització, amb una trajectòria de més de 50 anys, treballa per promoure l'educació, la qualitat de vida i la inserció laboral de les persones amb discapacitat intel·lectual, malaltia mental i en situació de vulnerabilitat. En concret, a Formatges Muntanyola hi treballen 10 persones amb discapacitat intel·lectual i s'hi produeixen 14 varietats de formatge artesà de cabra, búfala, vaca i ovella.

## Supermercats inclusius

**G**UREAK i EROSKI consoliden el seu projecte per a la integració social i laboral de persones amb discapacitat, que han desenvolupat conjuntament amb la inauguració d'un nou supermercat a Vitòria, gestionat íntegrament per persones amb discapacitat. Fa tres anys vam arrancar una iniciativa pionera d'innovació social amb la il·lusió d'estendre-la. El balanç positiu de les experiències anteriors confirma la competitivitat del nostre model de botiga en franquícia, oberta a ser compartida amb emprenedors, cooperatives i empreses de l'economia social, amb l'objectiu de crear llocs de treball i riquesa al nostre entorn, i d'avançar en la diversificació de l'ocupació social.

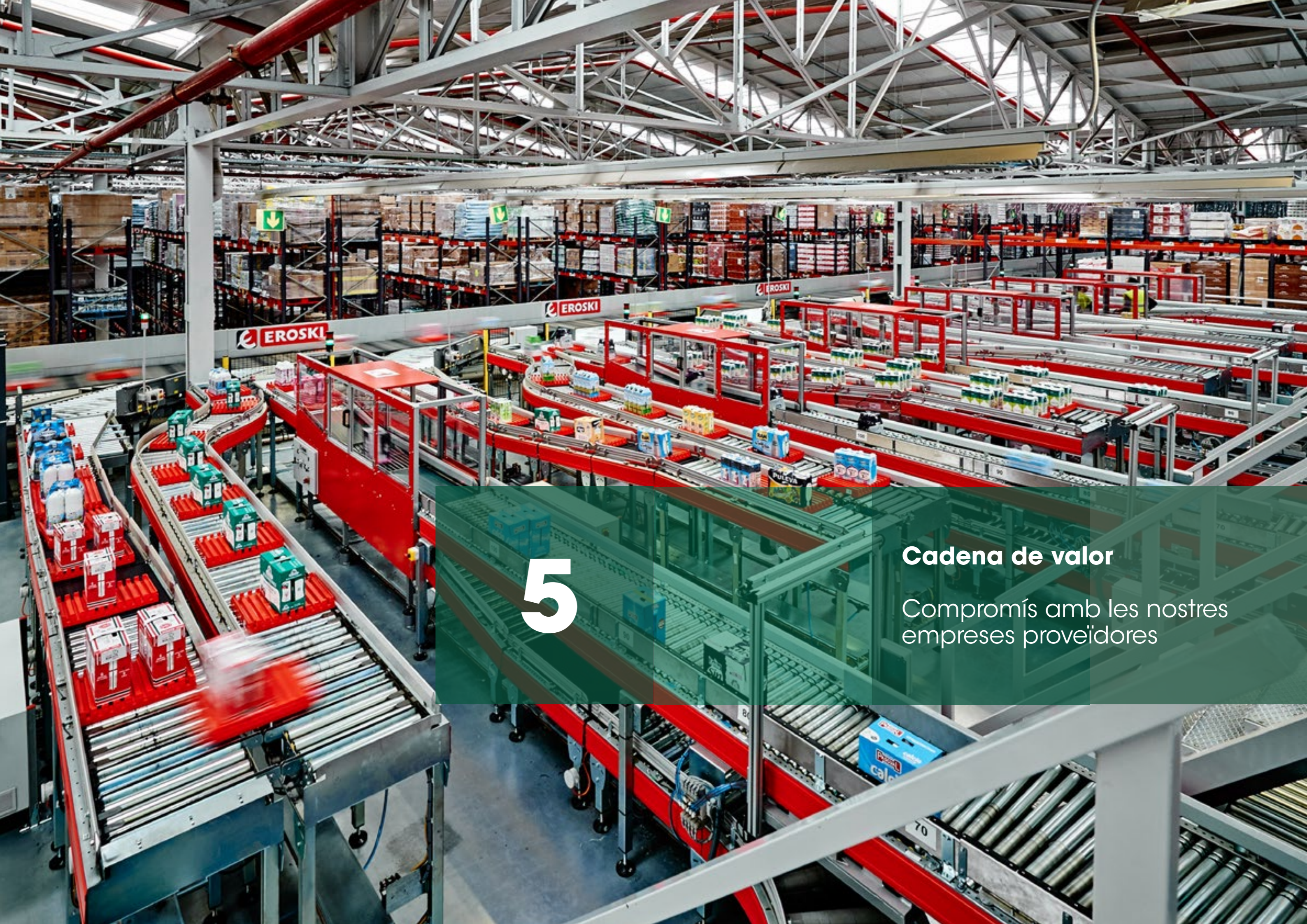
Aquest model s'ha estès també a CAPRABO: el 2017 vam obrir el primer supermercat de Catalunya gestionat íntegrament per persones amb discapacitat. Es va inaugurar l'any passat i compta amb una plantilla de 12 persones amb edats compreses entre els 21 i els 59 anys. La botiga forma part del nostre projecte d'innovació social per a la inclusió laboral de persones amb discapacitat, que impulsa, a través del contacte directe amb el públic, visibilitzar a la societat la diversitat de capacitats i aptituds.

Distribució de persones amb capacitats diferents o diversitat funcional per gènere i franja d'edat, segons la categoria professional

		Total			
<30	7	18	4,6%	11	<30
PROFESSIONAL	7	18	4,6%	11	PROFESSIONAL
30-50	140	246	63,2%	106	30-50
GESTOR	1	2	0,5%	1	GESTOR
PROFESSIONAL	125	221	56,8%	96	PROFESSIONAL
RESPONSABLE	9	12	3,1%	3	RESPONSABLE
TÈCNIC/A	2	3	0,8%	1	TÈCNIC/A
CAP	3	8	2,1%	5	CAP
>50	88	125	32,1%	37	>50
DIRECTIU/IVA		1	0,3%	1	DIRECTIU/IVA
GESTOR		2	0,5%	2	GESTOR
CAP	2	8	2,1%	6	CAP
PROFESSIONAL	78	100	25,7%	22	PROFESSIONAL
RESPONSABLE	5	10	2,6%	5	RESPONSABLE
TÈCNIC/A	3	4	1,0%	1	TÈCNIC/A
<b>Total</b>	<b>235</b>	<b>389</b>		<b>154</b>	<b>Total</b>

Vegeu la taula 20 de l'annex d'indicadors per comparar amb anys anteriors per gènere i categoria professional.





5

**Cadena de valor**

Compromís amb les nostres  
empreses proveïdores



# Cadena de valor eficient i col-laborativa

En 2018 hem continuat amb la nostra aposta per una innovació integral i per l'optimització de la cadena de valor, el desenvolupament de nous models de botiga i una nova forma de relacionar-nos amb la clientela, impregnant-ho tot de l'esperit "amb tu" que inspira el nostre dia a dia.

Per aconseguir una gamma de productes cada cop més àmplia, personalitzada i amb un estalvi més gran, treballam amb una cadena de valor oberta a la marca de fabricant, a la nostra pròpia marca i a l'enorme diversitat dels aliments de producció local als voltants de cada una de les nostres botigues. Reforcem la diversitat del teixit productiu agroalimentari per aconseguir un sector local sostenible gràcies al compromís compartit d'EROSKI i la nostra clientela. A més a més, seguim mantenint les aliances comercials per millorar la nostra proposta a les persones consumidores en valor i preu.

L'objectiu no és només orientar l'organització cap a les botigues, sinó també que els nostres principals col·laboradors, les nostres empreses proveïdores, estiguin orientats a les botigues.

**Les claus de la nostra millora en competitivitat comercial són:**

**Optimizació** dels processos de venda i subministrament, per aconseguir més eficiència en tota la cadena de valor.



**Responsabilitat** social i mediambiental com a criteri per a la selecció de les empreses proveïdores.



**Innovació** en el marc de col·laboració amb empreses proveïdores i organitzacions referents en l'alimentació.



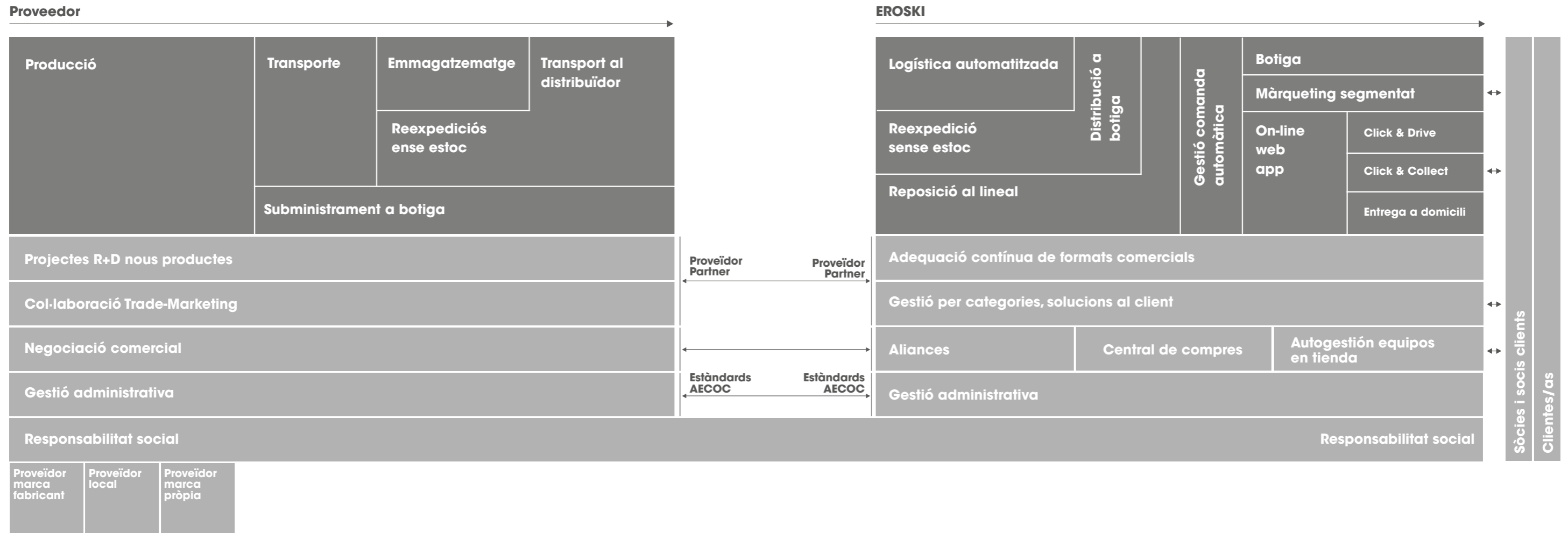
**Preus** més adequats i competitius gràcies a les aliances comercials i a la gestió de múltiples promocions i ofertes personalitzades.



**Diversitat** del nostre teixit productiu agroalimentari, impulsant els petits productors locals.












## La cadena de valor d'EROSKI



## Les nostres marques

L'any 2018 hem complert 41 anys amb la nostra marca pròpia. Des del seu naixement, els productes de marca EROSKI han crescut fins a convertir-se en un més de la família. Per això, continuem treballant per oferir cada cop més productes i amb més qualitat que ajudin a estalviar. El darrer any hem revisat el disseny de l'envàs d'EROSKI Basic i hem reposicionat la nostra marca de productes frescos EROSKI Natur sota la promesa "Sabor responsable",

com a expressió del compromís d'EROSKI amb l'entorn (compromís núm. 5) a través del consum responsable de productes frescos i saborosos amb garantia d'origen i traçabilitat del procés, entre altres avenços. Hem incorporat en total 201 productes nous a la nostra gamma de marca pròpia.

	N.º de referències de marques pròpies	2018	2017	
	EROSKI SeleQtia	199	196	El millor del millor. Productes testats pel Basque Culinary Center.
	EROSKI	2.798	2.752	Àmplia gamma de productes, tot el que necessites, amb la millor relació qualitat-preu garantida.
	EROSKI Sannia	132	141	Productes equilibrats en termes de nutrició i millorats respecte de l'equivalent o la mitjana del mercat, amb un 25% menys de sal, un 30% menys de greixos i sucres o un 30% de greixos saturats. També són rics en fibra, omega-3 i fitosterols, amb tot el sabor i al millor preu.
	EROSKI Natur	398	369	Productes frescos amb tot el sabor, total traçabilitat i qualitat controlada, dels millors orígens i en el millor moment.
	Belle	449	426	Productes de cosmètica, higiene i cura personal sense parabens ni triclosan, dermatològicament testats i al millor preu.
	EROSKI Basic	362	342	Productes de consum ordinari, per a cada dia, amb totes les garanties de qualitat d'EROSKI a preu més baix.
	Visto Bueno	2.126	1.739	Roba i calçat amb dissenys propis i la millor relació qualitat-preu.
	Romester	408	489	Roba i equipament esportiu amb dissenys propis i la millor relació qualitat-preu.
	Ecron	403	53	Aparells electrònics i electrodomèstics amb diferents nivells de funcionalitat i la millor relació qualitat-preu.

## Els nostros proveïdors 102-9; 102-10; 204-1

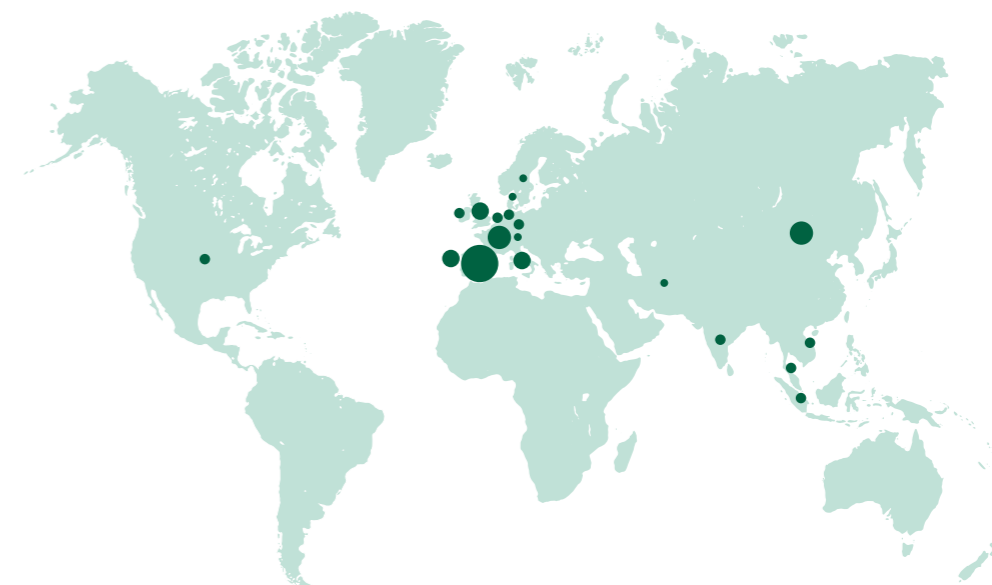
En una activitat com la distribució comercial, en la qual el preu, la qualitat i la rapidesa en la disponibilitat dels productes s'han convertit en valors cada cop més preuats per a les persones consumidores, la proximitat amb les empreses proveïdores, tant geogràfica com a l'hora d'abordar iniciatives conjuntes, s'ha convertit en un element crític.

EROSKI treballa amb més de 11.000 empreses proveïdores comercials i de serveis, amb les quals el 2018 les transaccions econòmiques van superar els 4.000 milions d'euros. Això es tradueix en la comercialització de més de 107.000 articles diferents en l'últim exercici. El nostre compromís amb el teixit productiu nacional es materialitza en el fet que el 98% de la despesa en proveïdors correspon

a empreses situades al territori espanyol. A més a més, intentem impulsar el consum de proximitat, col·laborant amb empreses proveïdores locals i regionals, que suposen més del 50% de la nostra cadena de subministrament comercial a Espanya.

En aquest pla estratègic estem desenvolupant un Pla General de Col·laboració amb Proveïdors, que abasta tots els àmbits de l'organització i que està totalment alineat amb els 10 compromisos de salut i sostenibilitat. Aquest pla es desenvolupa a través de tres eixos, que són CLIENT (posem èmfasi en les necessitats dels nostres consumidors), SALUT (és una de les nostres principals palanques del pla estratègic) i EFICIÈNCIA (hi apostarem de forma clara en la part logística).

### Nombre de proveïdors comercials i de serveis per país



2018		2018		2018	
Espanya	11.029	Bèlgica	12	Polònia	2
Xina	70	Bangladesh	11	Tailàndia	2
França	63	Dinamarca	10	Taiwan	2
Portugal	51	Noruega	9	Xipre	1
Regne Unit	33	Andorra	6	Corea del Sud	1
Alemanya	20	Vietnam	5	Índia	1
Holanda	20	Pakistan	4	Indonèsia	1
Itàlia	16	Suïssa	4	Israel	1
Estats Units	13	Grècia	2	Singapur	1
Irlanda	12	Luxemburg	2	Suècia	1

No s'han produït canvis significatius a la cadena de subministrament l'any 2018. Vegeu la taula 21 de l'annex d'indicadors per comparar amb anys anteriors.

**Total empreses proveïdores**  
**11.405**

## AGECORE, la central més gran de negociació europea

En un entorn altament competitiu, en el qual els mercats de matèries primeres són globals i les grans marques líders tenen escala mundial, EROSKI reforça les seves aliances en el mercat internacional. Són elements determinants que sustenten el nostre posicionament competitiu i que ens permeten oferir noves possibilitats d'estalvi a les persones consumidores.

La central AGECORE constitueix la principal aliança europea de compres, formada per EROSKI juntament amb el Grup ITM (França), EDEKA (Alemanya), COLRUYT (Bèlgica), CONAD (Itàlia) i COOP (Suïssa). Tot i ser empreses independents, comparteixen una visió estratègica a llarg termini. El seu objectiu és oferir als consumidors europeus una gamma de productes més àmplia per a una llibertat d'elecció més gran i uns millors preus, així com ampliar les oportunitats de negoci per a les empreses proveïdores.

La facturació global de AGECORE arriba als 140.000 milions d'euros i la seva activitat comercial es desenvolupa en 8 països europeus (Alemanya, Bèlgica, Espanya, França, Itàlia, Suïssa, Polònia i Portugal). L'aliança constitueix també un punt de trobada dels aliats per a la recerca de sinergies a través de l'intercanvi de coneixement en diversos àmbits, com el consum sostenible, la gestió de la qualitat, els formats de botiga i els programes de col·laboració amb petits productors locals.

## Responsabilitat social dels nostres proveïdors 414-1

La sostenibilitat, entesa com el balanç en els aspectes econòmics, socials i mediambientals, és també clau en la selecció de les empreses que conformen la nostra cadena de subministrament. Així, exigim a les empreses proveïdores que mantinguin una gestió responsable de les seves persones treballadores i potenciem les que implementen sistemes de gestió ambiental.

## Comerç just

EROSKI va ser la primera empresa de distribució a Espanya en incorporar productes de comerç just a l'oferta comercial. A més a més, estem reconeguts per Fairtrade International com a operador legítim per a la importació i distribució d'aquests productes amb la seva pròpia marca comercial. La gamma de productes de comerç just que comercialitzem està formada per cafè, cacau, te i sucre, a més de diversos productes tèxtils certificats.

Els productes Fairtrade International disposen de la certificació de la seva cadena de subministrament, des dels productors fins als consumidors finals, fet que garanteix el compliment dels criteris socials, econòmics i ambientals del comerç just: salaris per a una vida digna, rebuig a la explotació infantil, igualtat entre homes i dones, drets laborals i respecte al medi ambient.

## Responsabilitat social

Tal com es detalla al capítol dedicat a les persones treballadores, la totalitat de les nostres empreses proveïdores estan sotmeses als requisits internacionals de responsabilitat social a la feina. D'aquesta manera, a EROSKI condicionem la relació comercial al compliment dels drets humans i laboral. A més a més, comptem amb un reglament intern que promou mesures per prevenir qualsevol tipus d'activitat corrupta en la gestió d'empreses proveïdores i de contractació.



## Logística eficiente

Per donar cobertura i servei als més de 1.600 establiments del Grup EROSKI, disposem d'una xarxa logística formada per 23 plataformes pròpies, tot i que en total els nostres camions transiten per unes 40 plataformes logístiques, incloent-hi d'altres que pertanyen a empreses externes. En total, suposen més de 360.000 m2 de superfície de magatzem, des dels quals distribuïm fins a un milió de caixes diàriament. Pretenem construir la cadena de valor més eficient a partir de la màxima satisfacció dels clients, i per això seguim innovant en totes les etapes de la cadena de subministrament i en la gestió logística. Així, gràcies a les plataformes avançades, hem aconseguit automatitzar gran part de la distribució, com en el cas d'Elorrio (Biscaia) i Saragossa, i l'automatització dels processos de preparació de les comandes de fruita i verdura a Mallorca.

Amb l'objectiu de continuar optimitzant els nostres processos a la cadena de subministrament, en línia també amb la proposta del model comercial "amb tu", durant el 2018 hem treballat per millorar la frescor dels nostres productes: volem que els consumidors reconeguin EROSKI com una de les cadenes de subministrament amb producte fresc de millor qualitat. Addicionalment estem treballant amb els proveïdors locals per disposar a les nostres botigues de productes frescos dels productors de la zona. Això ha suposat redissenyar les rutes de transport actuals i definir nous fluxos orientats a aquest nou model de servei.

Altres línies d'actuació destacades en la millora de l'eficiència logística han estat la implantació d'un nou sistema d'aprovisionament, que permet reduir l'estoc i la tirada, i l'automatització del producte de baixa rotació a la plataforma de Sigüeiro.

Gràcies a les plataformes avançades, hem aconseguit automatitzar gran part de la distribució, com en el cas d'Elorrio (Biscaia) i Saragossa, i l'automatització dels processos de preparació de les comandes de fruita i verdura a Mallorca.



## Reestructuració del mapa de plataformes

Continuem centrats en reestructurar el mapa de plataformes de les zones on es concentra la major part del nostre negoci. Es crearan noves instal·lacions modernes i eficients, que ens permetran atendre les possibles demandes futures dels nostres clients (obertures, creixements de gamma, servei a l'unitari, comerç electrònic e-commerce, més producte local, etc.). En concret, considerem que hi ha dues regions on hem d'actuar a curt i mig termini. D'una banda, reestructurarem el mapa de plataformes de frescos de la zona nord i, de l'altra, trobem necessari redissenyar el mapa de plataformes de Catalunya. Una de les pedres angulars en les quals se susten-

ta la transformació de la xarxa logística de CAPRABO és la construcció d'una nova plataforma de distribució de producte fresc al Prat de Llobregat (Barcelona). Amb una superfície de prop de 24.000 m2 i una inversió estimada de 20 milions d'euros, el projecte, que s'ha iniciat el 2018, estarà en ple rendiment l'any 2020. Aquesta nova plataforma està emmarcada en el pla integral de competitivitat de CAPRABO.

## Projecte de col·laboració amb empreses proveïdores

La filosofia i base del projecte de col·laboració amb empreses proveïdores es manté, ja que estem convençuts de les fortaleses i els beneficis demostrats des de l'inici l'any 2014. Hem continuat treballant en els ítems que vam definir en el seu moment, focalitzant els esforços en els aspectes en què més benefici mutu pugui aportar la



relació empresa proveïdora-EROSKI. Per això, durant el Pla Estratègic 2017-2020, estem centrant els projectes en un d'aquests tres àmbits: eficiència, demanda col·laborativa i col·laboració. Alguns dels avanços en el pla de col·laboració durant el 2018 han estat els següents:

### Avanços al Projecte EDI,

per incrementar l'eficiència de les plataformes i disminuir les incidències de facturació. EDI és un sistema que permet l'intercanvi de documents normalitzats entre els sistemes informàtics dels participants en una relació comercial: empreses fabricants i distribuïdores.

**Extensió graella en refrigerat:** tant a Madrid com a Saragossa.

Automatització de l'eina de **Comanda Eficient**.

Seguim treballant internament per estendre a més proveïdors les **recollides en origen**, tant en proveïdors de marca pròpia com de marca fabricant i a tots els negocis.

Revisió de **critèris de vida útil**, en els casos que garanteixin els requeriments exigits pels nostres consumidors.

**Millora en preparacions** del flux crossdocking (sense estoc) a la nostra plataforma de Ciempozuelos.

**Revisió del procés de recepció a la plataforma**, per millorar l'eficiència en les descarregues i els temps d'espera dels proveïdors.

## Trobades amb empreses proveïdores

Com una palanca més dins l'eix de col·laboració, seguim mantenint fòrums amb les nostres empreses proveïdores, en els quals compartim l'evolució dels indicadors clau principals, la situació dels projectes conjunts i els nous projectes. Per això, al maig de 2018 vam organitzar

una trobada amb els proveïdors per presentar-los el nostre Pla Estratègic 2017-2020 i els principals projectes logístics que tenim en funcionament per als propers quatre anys.

# Compromesos amb l'oferta de producte local

204-1

El nostre compromís núm. 6 posa un enfoc especial a la contribució al desenvolupament de l'entorn social i econòmic de les nostres botigues a través de la comercialització de productes locals i la promoció de la cultura de cada zona.

Tenir la possibilitat de comptar amb un sector productiu divers i orientat al desenvolupament sostenible a través de les pimes del sector primari és l'element més rellevant en la nostra relació amb el món agroalimentari local: es troba als nostres gens cooperatius comprometre'ns amb aquesta diversitat, crear entorns col·laboratius i treballar amb un gran nombre d'empreses proveïdores. Els beneficis d'aquesta estratègia són diversos. D'una banda, les petites empreses productores disposen del canal de comercialització d'EROSKI per distribuir

les seves mercaderies, fet que té un gran impacte en termes d'ocupació, desenvolupament rural i manteniment dels paisatges naturals.

D'altra banda, les persones consumidores troben a EROSKI productes més frescos, més sostenibles, més sans i de millor qualitat. De fet, l'origen dels aliments cada vegada té més importància per als nostres clients, ja que els productes locals també reflecteixen particularitats d'una regió, maneres de fer ancestrals, varietats autòctones preservades, receptes úniques, etc. Per això, a EROSKI els atorguem un espai protagonista a la nostra proposta comercial i contribuïm activament a fer valdre la proposta local i evitar l'estandardització i banalització del menjar.

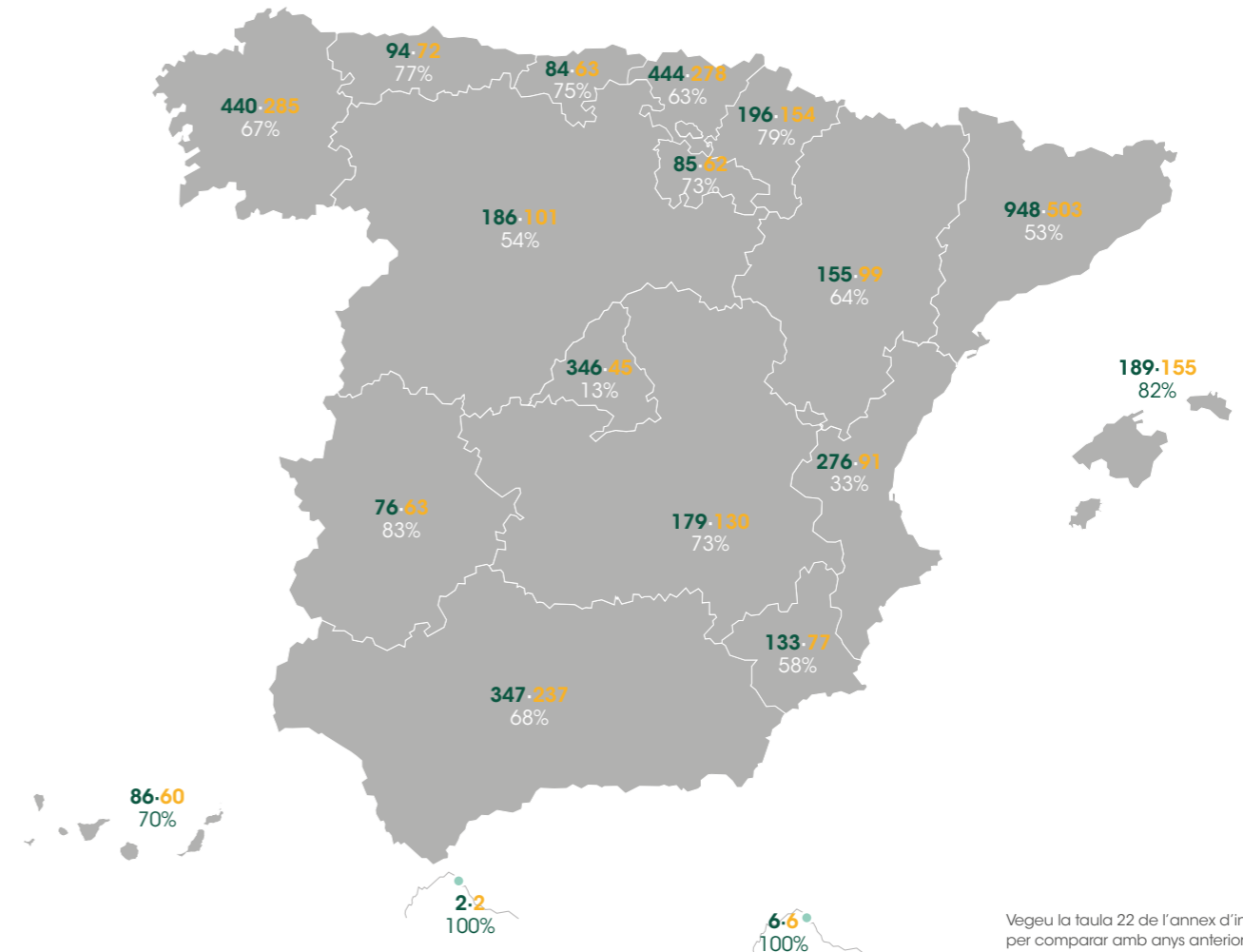
### Nombre de proveïdors comercials i productors locals per comunitat autònoma

🏠 N° proveïdores comercials · 🏡 N° pequeños productores locales

Nombre de proveïdors comercials i productors locals per comunitat autònoma

**4.272** empreses proveïdores comercials

**2.493** empreses proveïdores locals



Vegeu la taula 22 de l'annex d'indicadors per comparar amb anys anteriors.

## Col·laboració amb productors agroalimentaris locals

La política comercial d'EROSKI potencia al màxim les economies locals, crea riquesa a l'entorn i contribueix al desenvolupament agroalimentari, econòmic i social.

Més de la meitat dels 4.200 proveïdors comercials que té EROSKI a Espanya són petites empreses productores locals. EROSKI articula aquesta col·laboració amb els seus subministradors al voltant dels tres principals compromisos d'actuació amb les pimes agroalimentàries locals.

1. Apropar els productes de les petites empreses productores als consumidors.

2. Desenvolupar una gestió comercial adaptada a microempreses, pimes i cooperatives.

3. Col·laborar en plans per a la professionalització i el creixement empresarial.

Un altre element distintiu en la nostra relació amb empreses proveïdores i productores és l'establiment d'acords de cooperació a llarg termini. Durant l'exercici 2018 hem arribat a un total de 1.540 acords amb pimes i cooperatives per incorporar nous productes locals o regionals a la nostra oferta comercial. Del total de referències locals o regionals, 808 corresponen a seccions de frescos i 732 a alimentació. Aquestes noves altes han generat unes vendes de més de 11 milions d'euros.

A més a més, continuem renovant i generant nous convenis de col·laboració amb organitzacions sectorials per impulsar els aliments locals, les denominacions d'origen protegides (DOP) i les indicacions geogràfiques protegides (IGP).

### Projecte d'innovació per revitalitzar el consum i la producció de llegum

EROSKI, HAZI, GARLAN i Leartiker han signat un conveni de col·laboració per a l'entrada en funcionament d'un projecte d'innovació que retorni el valor al llegum produït al País Basc i n'impulsi el consum com a aliment saludable i sostenible entre les noves generacions: s'han compromès a fer valdre i potenciar la producció local del llegum mitjançant la diversificació de productes innovadors.

### Conveni per a la comercialització i promoció del tomàquet rosa

EROSKI i l'Associació del Tomàquet Rosa de Barbastro han signat el 2018 un conveni per desenvolupar i promocionar aquesta hortalissa. És la primera vegada que la cooperativa signa un acord amb aquesta associació, que produeix a la localitat de Barbastro el seu tomàquet rosa amb la denominació de marca nacional "Tomate Rosa de Barbastro".

### Presentem la marca Boví Balear Natur

EROSKI continua promocionant el consum de productes locals i establint acords amb els productors de les illes Balears. La creació de la marca Boví Balear Natur suposa un canvi important en la venda de la carn de vedella, atès que quasi la totalitat de la que podem trobar als nostres centres de Balears és 100% local. L'origen d'aquesta carn és de traçabilitat controlada. Alguns dels moments en els quals es fa visible la importància d'aquesta col·laboració és a les trobades periòdiques que mantenim amb les empreses productores agroalimentàries locals, quan actualitzem l'estratègia compartida de fomentar la diversitat del sector primari.

### Ens reunim un any més amb la flota tonyinera per treballar per la sostenibilitat

A la seu del centre tecnològic expert en investigació marina i alimentària AZTI a Derio (Bizkaia), vam participar en una trobada que va reunir la flota tonyinera espanyola i les associacions sectorials ANABAC i OPAGAC per analitzar l'evolució de l'acord que mantenim per incrementar el volum de tonyina capturada amb les arts de pesca més sostenibles i fixar nous passos.

### Trobades amb proveïdors bascos i navarresos

Hem mantingut les respectives trobades amb els proveïdors al País Basc i Navarra, amb més de 300 petits productors al primer i més de 150 a la segona. La cooperativa comercialitza prop de 2.000 i 1.500 productes, respectivament, i manté, així, l'aposta per la sostenibilitat i el petit productor.

## Els productes amb orígens selectes com a element diferenciador

La recerca d'oferir a la nostra clientela productes locals i de màxima qualitat, EROSKI incorpora des de fa temps les IGP i les DOP a l'oferta comercial. Aquestes certificacions identifiquen els aliments la qualitat o característiques especials dels quals es deuen, fonamentalment o exclusivament, al mitjà geogràfic del qual provenen, tant pels factors naturals com pels humans. A més a més, en el cas de les DOP, es garanteix que la transformació i elaboració es fan també a la zona geogràfica delimitada.

Actualment, tenim més de 2.000 productes amb DOP o IGP: més de 1.500 vins, 130 formatges, 100 productes de conserves vegetals, olis, llegums i arròs, 300 productes de carn, i 100 fruites i hortalisses. La nostra aposta per aquest tipus de productes a la marca pròpia es posa de manifest amb la incorporació l'any 2018 de 8 referències noves de formatges i 75 de vins amb DOP, així com 15 de conserves vegetals, 1 de fruita i 1 de dolç amb IGP.

## Promoció dels productes locals

L'objectiu d'EROSKI de fomentar els productes locals s'estén també a l'esforç per divulgar i promoure els seus valors culturals, gastronòmics i culinaris inherents. Mentre que la nostra oferta de productes de proximitat continua augmentant de manera constant en els darrers anys, EROSKI també s'implica en la promoció dels consum d'aquests aliments autòctons com a via per mantenir la cultura gastronòmica, l'economia i els paisatges.

El 2018 hem llançat 40 campanyes locals per donar a conèixer i promocionar els aliments procedents de tota la geografia espanyola, privilegiant les regions on s'ubiquen les nostres botigues. Aquesta dinamització comercial es focalitza en gran mesura en els productes frescos de temporada, especialment apreciats per les persones consumidores.

### Sidra amb denominació d'origen Euskal Sagardoa de marca pròpia EROSKI Seleq̄tia

EROSKI ha seguit avançant en el seu compromís i aposta pels productes locals i ha llançat la seva primera sidra de marca pròpia amb DO Euskal Sagardoa sota la marca gourmet EROSKI Seleq̄tia. La cooperativa es converteix, d'aquesta manera, en la primera cadena de distribució que posa la seva marca a una sidra de qualitat certificada amb el segell Euskal Sagardoa.



### 7a edició del Premi BCC-EROSKI Saria

El premi BCC EROSKI Saria, que organitzen el Basque Culinary Center i EROSKI, persegueix reconèixer les elaboracions culinàries que posen en valor la innovació gastronòmica d'aliments de tradició local. Concretament, premia els cuiners i cuineres que promocionen i utilitzen varietats i espècies que conformen la riquesa cultural i gastronòmica dels diversos territoris d'Espanya.

Aquesta edició ha fet un èmfasi especial en la salut, la sostenibilitat i la innovació culinària, demostrant un compromís social amb les empreses productores i amb la preservació de la biodiversitat d'espècies, varietats i sabors.

Oriol Casals, del restaurant Teòric de Barcelona, ha estat el guanyador d'aquesta edició. Xabier Blanco, del restaurant Summum de Les Palmes de Gran Canària, ha guanyat el segon premi, i Carolina Sánchez i Iñaki Murua, del restaurant Ikaro, de Logronyo el tercer.

### Premi Mardelaxe per a VEGALSA-EROSKI

VEGALSA-EROSKI ha estat guardonada amb el primer premi Mardelaxe de la Confraria de Pescadors de Laxe en reconeixement al suport que dona a la posada en valor dels productes de pesca costera artesanal gràcies a les seves compres en origen a les llotges gallegues de Laxe, Burela, Celeiro, La Corunya, Malpica, Marín i Vigo.

### Fires CAPRABO de Productes de Proximitat

Al llarg de l'any CAPRABO ha promogut diverses fires amb l'objectiu d'apropar la producció de petits productors als clients. Així, hem promogut els productes del Vallès, del Camp de Tarragona, de l'Anoia i del Maresme.

### Programa per comarques a Chef CAPRABO

Chef CAPRABO va acollir la presentació de la V Jornada Gastronòmica del Calçot de Valls, així com una nova edició de la Ruta del Xató per promocionar i difondre la tradició i les diferents elaboracions d'un plat l'origen del qual s'estableix a diverses comarques catalanes: l'Alt Penedès, el Baix Penedès i el Garraf.

### Campanya "A comida é vida" a VEGALSA-EROSKI

VEGALSA-EROSKI du a terme una campanya de promoció de productes locals amb segell de garantia de qualitat certificada Galícia Calidade. Llancem un nou espot, remarcant la cultura gallega i la forma de viure amb els millors productes de la terra, així com nombroses activitats de promoció i degustació per donar a conèixer productes de proximitat d'origen gallec.

### VII Fira de Producte Local a Saragossa

El 2018 hem aconseguit, juntament amb empreses proveïdores regionals de l'Aragó, la VII Fira de Producte Local a Saragossa, amb l'objectiu de donar a conèixer i posar en valor les característiques del producte local i promoure'n el consum. A més de l'exposició i degustació de nombrosos productes locals, la fira va incloure el lliurament del guardó Premi al Producte Aragonès Més Innovador EROSKI AMB TU, que es va concedir a l'empresa Biosurya, SL, proveïdora de productes vegetarians ecològics. Així mateix, EROSKI ha atorgat el premi especial a Casa Matachín-Aves Nobles y Derivados, fabricants i especialistes en productes precuinats derivats de la carn d'au, en reconeixement a la seva llarga relació amb EROSKI.

### Campanya "Productes de sa Nostra Terra" a les Balears

Com cada any, hem llançat la campanya "Productes de sa Nostra Terra" per destacar els articles produïts, fabricats i envasats a les Balears. Durant el darrer any, la facturació d'aquests productes locals ha superat els 85,7 milions d'euros a Balears, amb un increment del 9,5% sobre la xifra de venda de l'any precedent. A més a més, durant el 2018 s'han dut a terme altres campanyes dirigides a productes balears locals, com la promoció del xai balear, les empanades i els rubiols per Setmana Santa, així com les campanyes de promoció de les sobrassades IGP de Mallorca i dels llanguets.



Ahora puedes  
reciclar tus  
cápsulas  
de café en el  
contenedor que  
encontrarás  
en esta tienda



6

Medi Ambient

Compromís amb la protecció  
del medi natural





# Compromís amb la sostenibilitat mediambiental 307

**En línia amb el compromís núm.5 d'afavorir un consum responsable, treballem per millorar el disseny i l'execució de la nostra activitat per ser més respectuosos amb el medi ambient i fomentar accions per protegir-los. Aquest model de comportament en relació amb l'entorn és, de fet, un dels principis del Codi de Conducta de la nostra organització.**

**E**ROSKI treballa per garantir el compliment de la legislació aplicable en la matèria en tots els àmbits d'actuació. Però, a més a més, hi afegim un continu esforç per millorar en la identificació, caracterització i minimització dels principals impactes negatius i en l'optimització dels impactes positius que la nostra activitat té en el medi ambient. Per fer-ho, considerem totes les fases en les quals, en la nostra activitat com a distribuïdors, podem afectar l'entorn, és a dir, des de la fabricació de productes amb les empreses proveïdores fins a la gestió del residu final generat a les cases i a les nostres pròpies instal·lacions. Aquesta visió global dels nostres efectes en el medi ambient vol actuar sense transferir els impactes d'una fase a l'altra, a més de transmetre també aquest compromís per la protecció de l'entorn a tots els grups d'interès.



## Política ambiental 102-11

**A**quest compromís s'integra de forma transversal en tota l'organització a través d'una política ambiental que alinea el respecte pel medi ambient i el benestar social amb els nostres objectius estratègics. Aquesta política està dirigida a minimitzar el nostre impacte sobre

el canvi climàtic, a protegir i utilitzar de manera sostenible els recursos naturals, a gestionar els residus seguint models d'economia circular i a preservar la biodiversitat. Els principis bàsics de la nostra política són:

Mantenir una actitud proactiva que, a més de garantir el compliment de la normativa ambiental, ens porti a adquirir compromisos progressivament exigents.	Prevenir la contaminació mitjançant la sistematització de la gestió ambiental, de manera que puguem controlar, mesurar i evitar o reduir l'impacte ambiental associat a la nostra activitat.	Basar el sistema de gestió ambiental en la millora contínua dels aspectes més rellevants per a l'organització. Per fer-ho, fixem objectius quantificables i assignem els recursos necessaris per aconseguir-los.
Incloure la variable ambiental a la investigació i el desenvolupament dels productes i serveis que oferim, buscant la rendibilitat de les accions en pràctica i identificant noves oportunitats de negociació.	Fomentar actituds de col·laboració i participació de tots per aconseguir el desenvolupament sostenible. Per fer-ho, la formació i informació de les persones són imprescindibles en tots els àmbits de l'organització.	Establir canals de comunicació fluides amb les autoritats, la comunitat local, les organitzacions sectorials, els proveïdors i els consumidors que garanteixin una difusió permanent i transparent dels impactes de la nostra activitat, així com dels recursos i tecnologies que destinem a minimitzar-los.

## Col·laboració amb institucions i organitzacions mediambientals

**P**er a la materialització d'aquesta política ambiental, comptem amb el suport d'organitzacions expertes en medi ambient i amb convenis de col·laboració amb altres empreses que, igual que EROSKI, volen realitzar la seva activitat d'una manera sostenible.

Així, comptem des de 2007 amb la col·laboració de World Wildlife Fund for Nature (WWF) com a expert mundial en conservació mediambiental. Entre les nostres accions conjuntes destaquen l'actualització de la nostra política de sostenibilitat en productes pesquers o la promoció d'un consum més responsable a través de la nostra Escola d'Alimentació.

A més a més, formem part de l'European Retail Forum, una plataforma voluntària per a l'intercanvi de les millors pràctiques en sostenibilitat entre empreses i organitzacions del sector de la distribució a Europa. Compartir les nostres experiències i aprendre d'altres entitats afavoreix

la definició de noves accions de millora que permetin reduir la petjada ambiental del sector i millorar la informació en aquesta matèria de les persones consumidores.

En aquesta mateixa línia, formem part d'Izaitte, l'Associació d'Empreses Basques per la Sostenibilitat. Aquesta organització sense ànim de lucre promou la formació i difusió en matèria de desenvolupament sostenible i afavoreix la creació d'aliances entre administracions, centres formatius i empreses amb un compromís compartit per la sostenibilitat i la responsabilitat social.

Una aliança d'aquest tipus és la que duem a terme com a membres del Basque Ecodesign Center, en el qual empreses privades i la societat pública basca de gestió ambiental Ithobe col·laboren per la conceptualització i execució de projectes innovadors d'ecodisseny, també juntament amb la Universitat del País Basc (UPB-EHU) i els centres de coneixement líders a escala internacional.

# Principals indicadors

## Materials 301-1

Materials emprats als productes i envasos de marca pròpia declarats als sistemes col·lectius de responsabilitat ampliada del productor



**2.457 tones**  
Envasos i embalatge

**No renovables:**

Acer	312
Plàstic	818
Alumini	49
Altres	55
<b>Total:</b>	<b>1.235</b>

**Renovables:**

Ceràmica	5
Paper/cartró/fusta/suro	1.107
Vidre	110
<b>Total:</b>	<b>1.222</b>



**101 tones**  
Piles



**0,011 tones**  
Llums fluorescents compactes



**0,013 tones**  
Oli



**1.280 tones**  
Aparells elèctrics i electrònics

Vegeu la taula 23 de l'annex d'indicadors per comparar amb anys anteriors.

### Paper consumit en publicitat i a la seu social d'EROSKI 301-1



**5.137 tones**  
Papier

Fulletls publicitaris	4.809
Revistes	318
Seu	11

Vegeu la taula 24 de l'annex d'indicadors per comparar amb anys anteriors.

**Publicitat:**

Publicidad: tot el paper té la certificació PEFC (*Programme for the Endorsement of Forest Certification schemes*), que garanteix que prové de boscos gestionats de manera sostenible.

**EROSKI Consumer i EROSKI Club:**

tot el paper té la certificació FSC (Forest Stewardship Council), que garanteix una gestió forestal responsable.

**Paper de la seu:**

utilitzem un paper ecoeficient amb el segell FSC i EU amb menys gramatge.

### Envasos logístics reutilitzats 301-3



**4.944.74 tones**  
Palets reutilitzats



**41.862.959 tones**  
Caixes plàstiques reutilitzades

El percentatge de ruptura varia entre el 0,3% i el 30%, depenent del tipus d'envàs logístic. Totes les ruptures conjuntament suposen només un 2% dels envasos logístics.

Vegeu la taula 25 de l'annex d'indicadors per comparar amb anys anteriors.

### Nombre de bosses segons tipus comercialitzades a la línia de caixes



**144.225.762**  
Bossas

Bossa de plàstic reutilitzable certificada per AENOR **83.004.198**

Bossa de ràfia, amb plàstic reciclat, reutilitzable **1.431.930**

Bossa solidària reutilitzable **221.122**

Bossa amb més d'un 55% de plàstic reciclat **164.823**

Bossa de paper **16.569**

Bossa compostable **339.545**

Bossa de plàstic d'un sol ús **59.047.575**

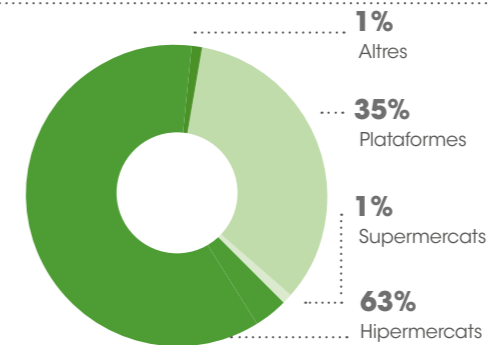
## Energia 302-1; 302-2; 302-3; 302-4

**consum 2018** **823.553.489 kWh** **-4% respecte al 2017**  
2.964.793 GJ

**Combustible no renovable** **278.116.806 kWh** **34 % del total d'energia consumida** **-1 % respecte al 2017**  
1.001.220 GJ



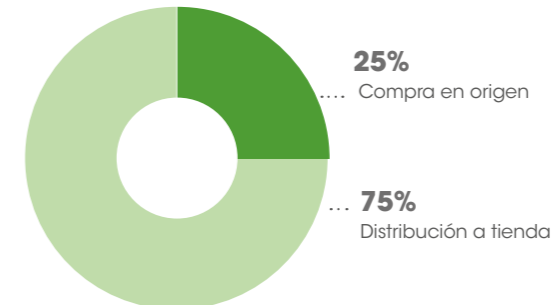
**Gas Natural**  
**9.976.723 Kwh**  
35.916 GJ



**15% respecte al 2017**  
**4% del consum total de combustibles no renovables**



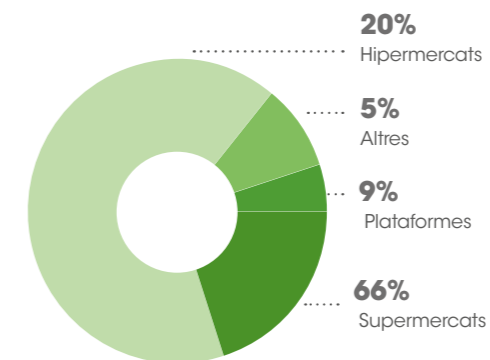
**Dièsel**  
**268.140.083 Kwh**  
965.304 GJ



**-1% respecte al 2017**  
**96% del consum total de combustibles no renovables**



**Electricitat**  
**545.436.683 Kwh**  
1.963.572 GJ



**-6% respect al 2017**  
**66% del consum total d'energia consumida**

Vegeu la taula 26 i la taula 27 de l'annex d'indicadors per comparar amb anys anteriors i els valors de kWh per negoci o tipus de logística.



**Ràtio d'intensitat energètica a EROSKI**

**0,18 kWh/€**  
vendes netes

**634,34 kWh/m²**  
superfície comercial

Vegeu la taula 28 de l'annex d'indicadors per comparar amb anys anteriors.

### Consum d'energia fora de l'organització: 302-2

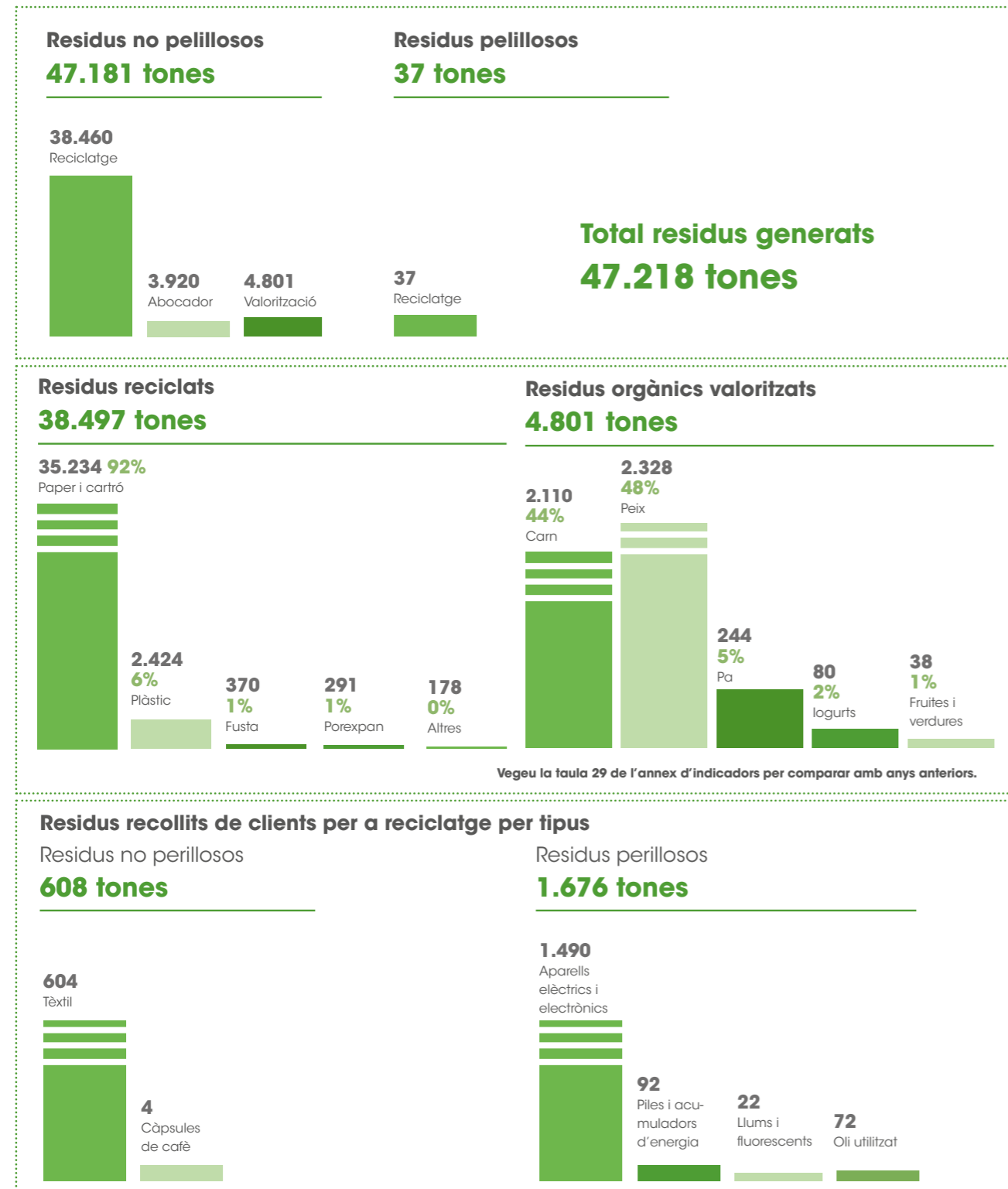
**10.708.575 kWh**  
38.551 GJ

**Dièsel consumit per viatges de feina per carretera:**

## Residus 306-2

EROSKI desenvolupa processos de logística inversa, des de les botigues fins a les plataformes, amb l'objectiu d'assegurar la correcta gestió dels residus que la nostra activitat genera i minimitzar l'impacte ambiental de la fase de transport dels residus per part del gestor

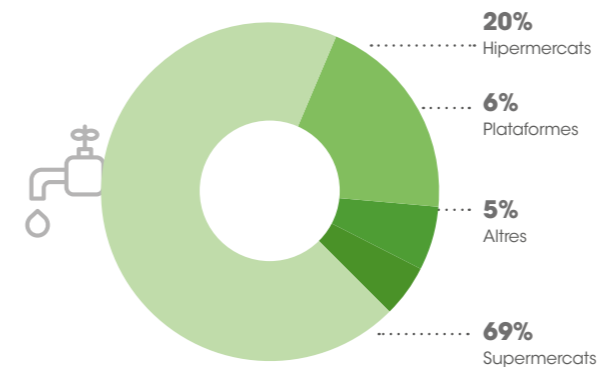
autoritzat. Tanmateix, en alguns casos el gestor recull directament el residu als nostres establiments. Les dades presentades en aquesta memòria corresponen als residus generats als nostres negocis del domini alimentari recollits mitjançant logística inversa o un gestor extern.



## Consum d'aigua 303-1

L'aigua que consumeixen les nostres botigues, plataformes i seus ve servida per xarxes municipals d'aprovisionament d'aigua potable, les quals gestionen directament la captació i potabilització de l'aigua distribuïda.

**951.375 m<sup>3</sup>**  
Extracció d'aigua per font



Vegeu la taula 31 de l'annex d'indicadors per comparar amb anys anteriors.

## Abocaments i vessaments 306-1; 306-3

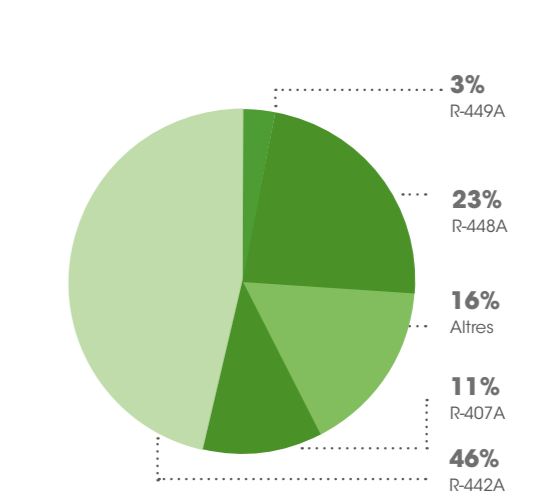
L'aigua residual que generem es tracta a les estacions de depuració d'aigua residual dels municipis on es desenvolupa la nostra activitat. S'estima que el volum d'aigua residual generat el 2018 va ser de 941.861 m<sup>3</sup>. EROSKI compleix la legalitat en matèria de prevenció i control de vessaments i abocaments incontrolats, sense que se n'hagi detectat cap de significatiu el 2018.

**941.861 m<sup>3</sup>**  
d'aigua residual generada

## Refrigerants consumits per compensar fuites 301-1; 305-1

Tots els refrigerants consumits per EROSKI el 2018 per compensar fuites tenen un potencial d'esgotament de l'ozó nul (substàncies no incloses als annexos A, B, C i E del Protocol de Montreal).

**50,63 tones**  
refrigerants consumidos



Vegeu la taula 32 de l'annex d'indicadors per comparar amb anys anteriors.

## Productes amb certificacions ambientals

Incorporem l'objectiu de preservar la biodiversitat terrestre i marina en la construcció de la nostra oferta comercial.

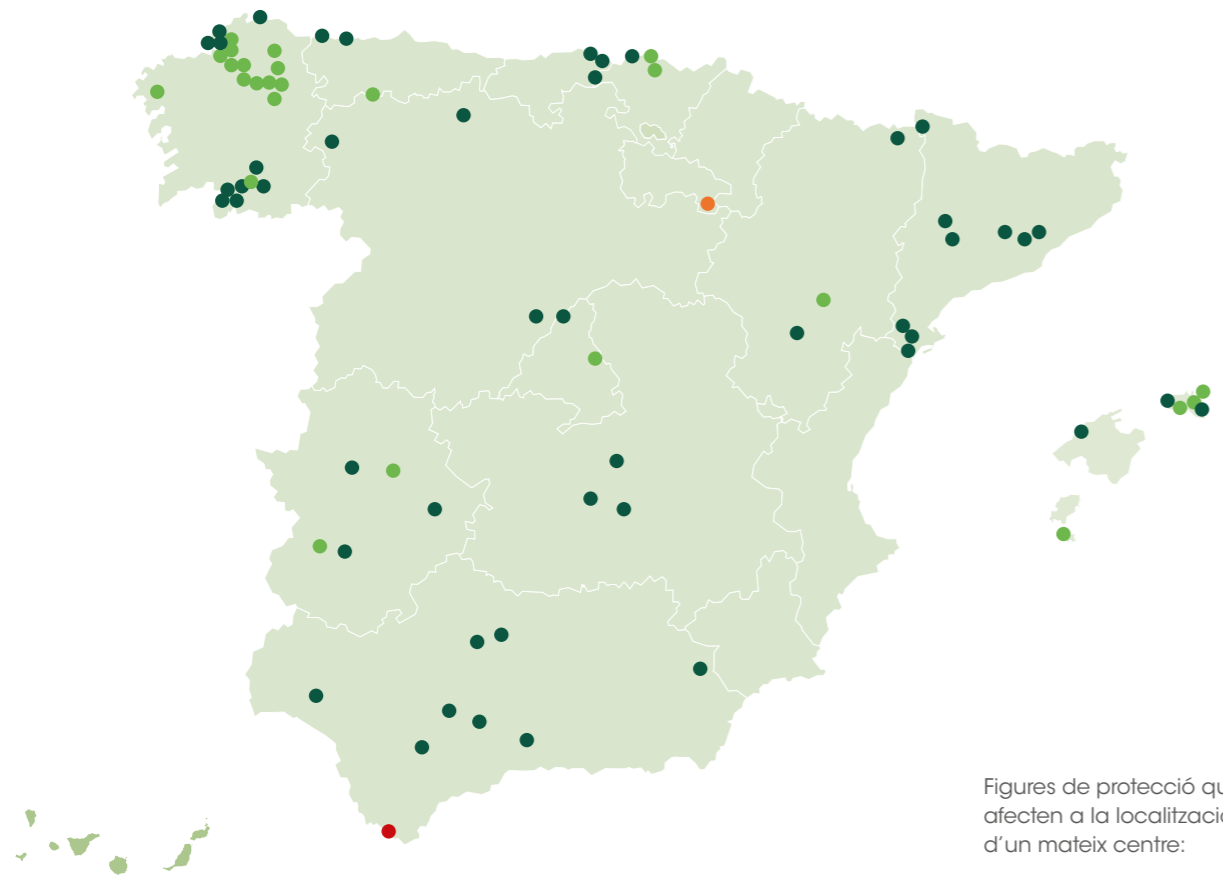
- 1.100 productes **ecològics**.
- 361 taulells i 7 plataformes logístiques de pesca certificades per **MSC**.
- 100% de la nostra tonyina d'acord amb els principis de la **ISSF**.
- 398 productes **EROSKI NATUR**, que inclouen certificacions com GlobalgapGAP, de producció integrada o de benestar animal.
- 53 productes amb segell **FSC®** o **PEFC**.

## Ubicació dels nostres centres a zones de gran valor per a la biodiversitat 304-1

**D**el total dels nostres més de 1.100 establiments a Espanya, 86 es troben ubicats dins de zones afectades per les figures de protecció següents:

- ENP (Espai Natural Protegit)
- IBAS (Àrea Important per a la Conservació d'Aus i la Biodiversitat a Espanya)
- Xarxa Natura 2000 (LIC, ZEC i ZEPA)
- Reserva de la Biosfera
- IEZH (Inventari Espanyol de Zones Humides)

Cal destacar que hi ha províncies i comunitats autònomes en les quals gran part del territori es considera espai de gran valor per a la biodiversitat, com Galícia o les Balears. EROSKI compleix sempre la legislació en matèria ambiental i de biodiversitat a l'hora d'ubicar i construir els seus centres. A més a més, treballa per minimitzar l'impacte ambiental i impulsar mesures que preservin la biodiversitat a través d'accions com la pesca sostenible.

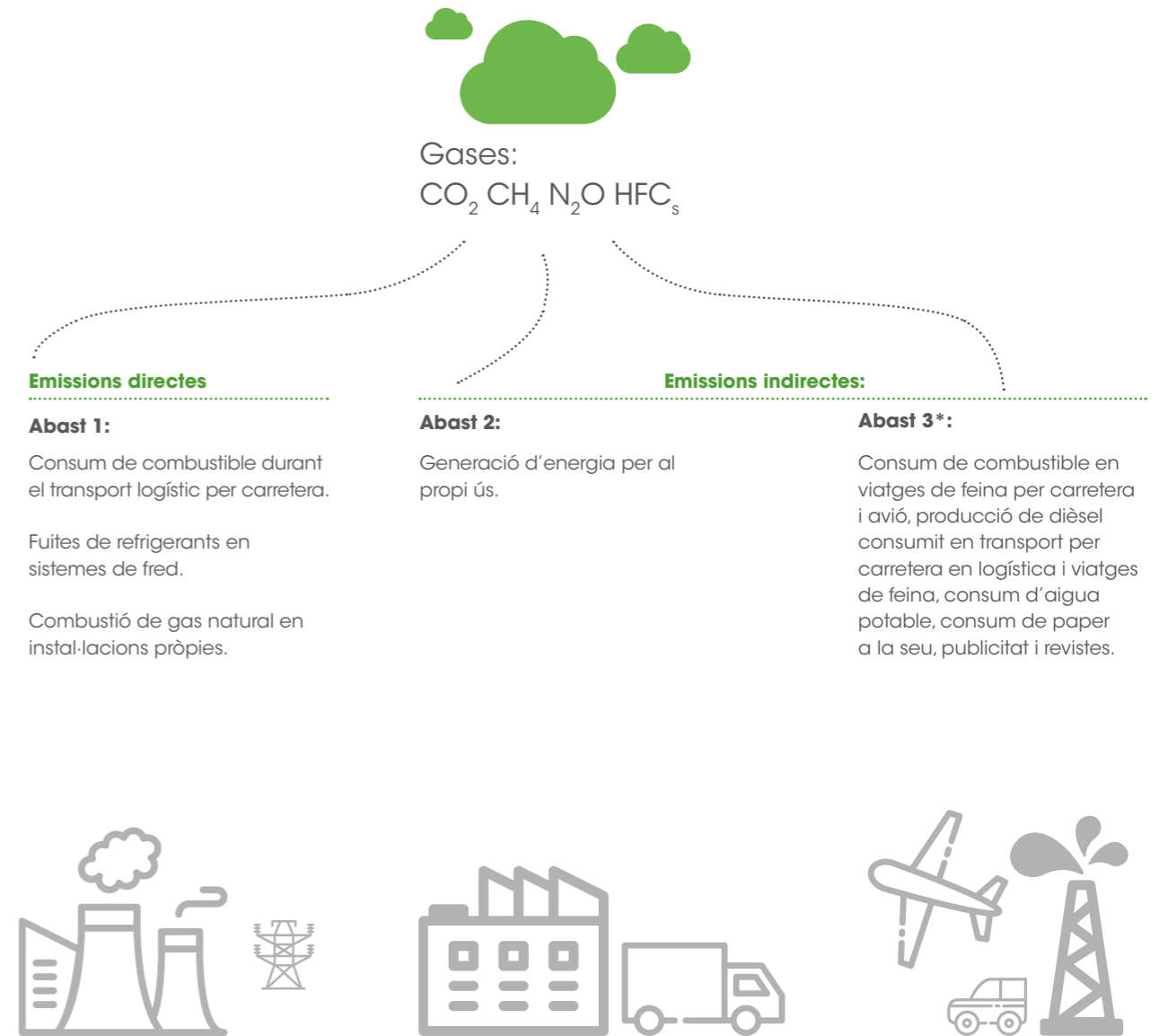


Figures de protecció que afecten a la localització d'un mateix centre:

- 1
- 2
- 3
- 4

## Emissions de gasos d'efecte hivernacle i petjada de carboni d'eroski 305-1; 305-2; 305-3; 305-4; 305-5; 305-6

**Tipus d'emissions de gasos d'efecte hivernacle i fonts d'origen incloses en aquesta memòria:**



\*Les emissions indirectes d'abast 3 són conseqüència de les activitats d'EROSKI, però procedents de fonts que no són de la seva propietat ni sobre les quals té cap control. En total, hi ha 15 categories (articles i serveis comprats, residus generats, ús de productes venuts, etc.), però en

aquesta memòria se n'hi inclou només una petita part a causa de les dades disponibles. Es preveu seguir ampliant les activitats incloses a l'abast 3 de la petjada de carboni d'EROSKI en els propers exercicis.

Emissions de gasos d'efecte hivernacle - empremta de carboni d'EROSKI

**634.441**  
tones  
CO<sub>2</sub> eq./año

Intensitat de les emissions de GEI a EROSKI:

**488,7 kg CO<sub>2</sub> eq./m<sup>2</sup>**  
superfície comercial

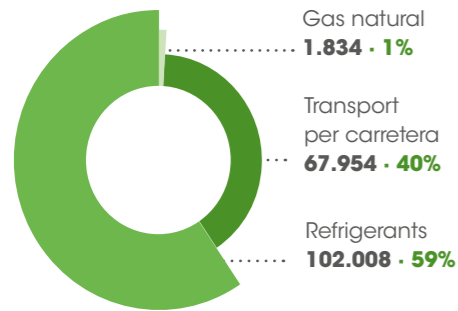
**135,0 g CO<sub>2</sub> eq./€**  
vendes netes

Vegeu la taula 33 de l'annex d'indicadors per comparar amb anys anteriors.

**Abast 1**

Emissions directes

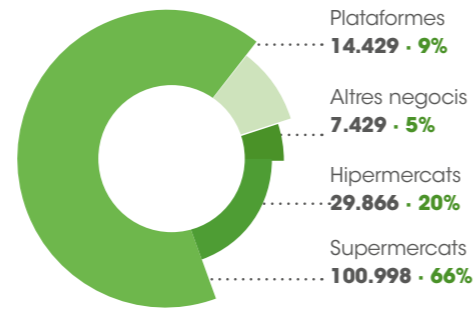
**171.796 kg CO<sub>2</sub> eq.**



**Abast 2**

Emissions indirectes per consum elèctric

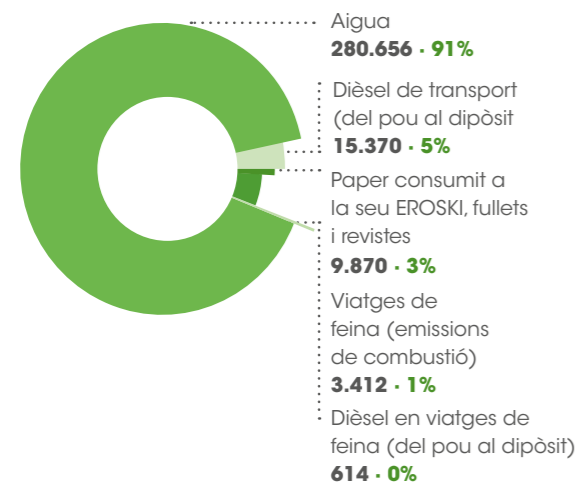
**152.722 kg CO<sub>2</sub> eq.**



**Abast 3**

Otras emisiones indirectas

**309.923 kg CO<sub>2</sub> eq.**



Vegeu la taula 33 de l'annex d'indicadors per comparar amb anys anteriors.

Intensitat de les emissions de gasos d'efecte hivernacle	2018	2017
g CO <sub>2</sub> eq/€ vendes netes	135,0	176,4
kg CO <sub>2</sub> eq/m <sup>2</sup> superfície comercial	488,7	623,0
<b>Abast 1</b>		
g CO <sub>2</sub> eq/€ ventas netas	36,6	39,9
kg CO <sub>2</sub> eq/m <sup>2</sup> superficie comercial	132,3	141,1
<b>Abast 2 (mix de comercializadoras)</b>		
g CO <sub>2</sub> eq/€ vendes netes	32,5	45,0
kg CO <sub>2</sub> eq/m <sup>2</sup> superfície comercial	117,6	160,8
<b>Abast 3</b>		
g CO <sub>2</sub> eq/€ vendes netes	66,0	90,9
kg CO <sub>2</sub> eq/m <sup>2</sup> superfície comercial	238,7	321,1

Reducció de les emissions de gasos d'efecte hivernacle	2018 vs. 2017	Observacions
Emissions directes (abast 1)	-10 %	
Emissions indirectes per consum elèctric (abast 2)	-30 %	Baixa el consum i el factor d'emissió del mix de comercialitzadores
Altres emissions indirectes (abast 3)	-29 %	La reducció es deu principalment a la reducció del consum d'aigua

Vegeu la taula 34 de l'annex d'indicadors per comparar amb anys anteriors.



# Accions de millora mediambiental 308-1

D'acord amb la nostra política ambiental i els aspectes ambientals més rellevants associats a la nostra activitat, EROSKI disposa de línies de treball que es basen en la millora contínua i s'alineen amb els nostres objectius estratègics. Una bona part d'aquestes es recullen al compromís núm. 5 de fomentar un consum més responsable, el núm. 6 d'oferir més productes

locals i el núm. 10 de facilitar una vida més saludable i sostenible. Aquestes accions de millora afecten diferents etapes del nostre itinerari productiu, fet pel qual també involucrem els actors externs a la nostra organització en la mesura que puguin contribuir a la reducció de la nostra petjada ambiental.

## Productes

EROSKI considera que és indispensable col·laborar amb empreses proveïdores responsables que comparteixin el compromís amb el desenvolupament sostenible per incorporar el factor mediambiental a la seva oferta. Com a part del nostre compromís núm. 5, dins dels nous compromisos per la salut i la sostenibilitat, vetllem perquè tots els processos, des de l'origen de la producció fins a les operacions a la botiga, passant per tota la transformació i manipulació, redueixin els índexs d'impacte ambiental. Això inclou l'erradicació de tractaments fitosanitaris postcollita, la certificació de les nostres peixateries amb segells de sostenibilitat, el control de l'ús d'antibiòtics, la incorporació de pràctiques que garanteixin el benestar animal i el foment de gammes ecològiques, entre d'altres.

Per aconseguir que la clientela gaudeixi de productes amb un millor comportament ambiental, actuem en tres línies de treball fonamentals: la garantia de l'origen sostenible dels productes, el foment dels productes locals i del consum de proximitat, i l'ecodisseny dels envasos i productes de les nostres marques pròpies.

## Origen sostenible certificat

Fa dècades que treballem per oferir alternatives més saludables i sostenibles a les persones consumidores.

Alguns fets decisius en aquesta trajectòria van ser l'eliminació, el 1989, dels aerosols CFC, perjudicials per a la capa d'ozó, i la garantia, des de 2004, que cap producte de marca pròpia conté transgènics. En la mateixa línia, des de fa anys, disposem de diverses certificacions, etiquetes i marques que assegurin l'origen sostenible dels nostres productes. Algunes de les més significatives són les següents:



## EROSKI Natur: sabor responsable

En 2018 hem canviat la promesa de la nostra marca pròpia de frescos EROSKI Natur, que ha passat a ser «sabor responsable». En la selecció de productes i proveïdors, no només exigim una qualitat diferenciada per assegurar que siguin gustosos, sinó que també demanem requisits addicionals que garanteixin que es produeixen seguint pràctiques respectuoses amb el medi ambient.

Hem aconseguit certificacions de benestar animal per a la nostra marca EROSKI Natur en el pollastre rústic, porc Duroc i xai ternasco d'Aragó. El pollastre, a més a més, s'ha criat sense antibiòtics, fet que contribuirà a evitar als consumidors possibles resistències als medicaments.

Quant al respecte pel medi ambient, hem incorporat certificacions que garanteixen que els aliments han estat produïts seguint processos respectuosos amb el medi ambient. Per exemple, tot el peix fresc està certificat per MSC® (Marine Stewardship Council), el peix de cria té el segell GlobalGAP d'aqüicultura, i les fruites i verdures tenen també el segell GlobalGAP de producció agrícola o un segell de producció integrada. A més a més, hem eliminat els tractaments postcollita als cítrics i fruites amb pinyol, reduint així el consum de matèries primes i la generació de residus. També hem ampliat la nostra gamma de productes frescos, amb productes de valor en categories on fins ara la marca no era present, com la fleca o els ous. Els ous procedeixen de gallines camperes criades en granges on es poden moure lliurement i amb accés a l'aire lliure.



## Belle Natural: cosmètica certificada COSMOS Natural

En 2018 hem llançat al mercat la primera gamma de cosmètica certificada COSMOS Natural de marca pròpia. Està formada per setze productes que cobreixen diverses necessitats bàsiques de la rutina diària d'higiene i bellesa, comercialitzats sota la marca Belle NATURAL.

Tota la nova gamma està certificada com a cosmètic natural seguint l'estàndard COSMOS i està homologada pel prestigiós organisme internacional ECOCERT. Aquesta norma regula des de l'elaboració de cada ingredient i la producció fins a l'embalatge, l'etiquetatge i la gestió mediambiental, entre altres aspectes.

Així, obliga a utilitzar uns paràmetres de formulació en els quals les matèries primes utilitzades han d'estar prèviament certificades, igual que el procés de fabricació. Tota la nova gamma ha estat certificada amb com a mínim el **98% d'ingredients naturals** o d'origen natural, com mantega de karité, extractes vegetals, oli de nou de macadàmia o extracte de flors i fruites (com ara gessamí o guaiaba), entre d'altres. Així mateix, i tot i que no està exigint per la norma, el 5% dels productes Belle NATURAL són d'origen ecològic.



La marca de la gestió forestal responsable  
FSC® N002186

## Productes de fusta de boscos sostenibles

Suposa la garantia que la fusta utilitzada per a la producció dels nostres articles de papereria o mobiliari de jardí prové de tals legals i sostenibles. En l'exercici 2018 vam comercialitzar 45 articles de papereria, mobiliari de jardí, articles de neteja i higiene amb el segell FSC o PEFC. També vam utilitzar paper amb aquesta certificació per a les etiquetes de carnisseria de marca pròpia.

## Productes ecològics

Ens esforcem per oferir aliments procedents de l'agricultura i ramaderia ecològiques, ja que suposa un model productiu garant de les millors pràctiques mediambientals. Aquest model evita l'ús de substàncies químiques d'origen sintètic i d'additius artificials, a més de fomentar la preservació de la biodiversitat i dels recursos naturals i el respecte pel benestar animal. El 2018 la nostra oferta va incloure **1.100 productes ecològics** acreditats amb diferents etiquetatges de certificació, entre els quals destaca el logotip europeu.

## Compromesos amb el benestar animal

- El volum d'**ous de gallines criades al camp** que comercialitzem a les botigues ja suposa al voltant del 35% de les nostres vendes. EROSKI es compromet que aquest percentatge arribi al 100% dels ous comercialitzats a tota la xarxa de botigues el 2024.
- Hem incorporat una nova certificació en benestar animal a la nostra carn de porc Duroc, comercialitzada a tota la xarxa comercial sota la marca EROSKI Natur. Tots els porcs provenen de **granges certificades en benestar animal per AENOR**, amb estrictes estàndards en principis de benestar animal, com l'alimentació, l'allotjament, la salut i el comportament natural.
- El pollastre EROSKI Natur també té una certificació atorgada per Certicar, que fa referència a característiques del sistema de cria i al benestar animal. Es tracta d'un pollastre de creixement lent -mínim 56 dies-, criat en un sistema extensiu en interior, amb un nombre d'aus per metre quadrat més baix, perquè tinguin més espai i llibertat de moviment. Una de les novetats en l'alimentació d'aquest pollastre és l'aportació de cereal en gra sencer. L'alimentació és 100% vegetal, amb un mínim del 50% de blat de moro. A més a més, les **granges de pollastres EROSKI Natur han estat certificades per Certicar segons el "Plec particular de condicions per a la certificació en benestar animal de pollastre de carn", desenvolupat per Neiker**, basat en la metodologia Animal Welfare Indicators (AWIN), amb el nivell de categoria prèmium.
- Hem incorporat la **certificació GlobalGAP d'aqüicultura** al peix de cria EROSKI Natur, que conté uns requisits específics i exigents pel que fa al benestar animal dels peixos, tant durant la cria com en el transport i el sacrifici.

Pesca sostenible a EROSKI

Amb l'objectiu de continuar treballant per la conservació de la biodiversitat als mars i oceans amb un aprofitament racional dels recursos marins, el 2016 vam consensuar la política de pesca sostenible d'EROSKI. En resposta als compromisos adquirits en aquesta matèria,

el 2018 hem continuat treballant per a una pesca sostenible de la mà d'organitzacions internacionals de referència. La política de pesca sostenible s'articula en onze principis que engloben tant les bones pràctiques ja instaurades com els reptes que ens marquem per al futur.

Principis i compromisos de la política de pesca sostenible d'EROSKI

<p><b>Arts de pesca i peix sostenibles a la nostra oferta comercial</b></p> 	<p>Incorporació de la sostenibilitat dels recursos pesquers en la construcció de l'oferta comercial.</p>	<p>Comercialització de productes procedents només de pesqueres i caladors autoritzats.</p>
<p>Respecte de les talles mínimes i proactivitat per establir talles mínimes superiors a les exigides.</p>	<p>Foment de l'ús d'arts de pesca sostenibles entre les empreses proveïdores.</p>	<p>Foment dels productes sostenibles i certificats com a MSC per a pesca extractiva.</p>
<p><b>Sostenibilitat a la cadena de valor</b></p> 	<p>Potenciació de les confraries i dels proveïdors locals més propers a les botigues.</p> <p>Reducció de l'impacte ambiental de l'activitat de distribució de la pesca.</p>	<p>Selecció d'empreses proveïdores que compleixin i respectin els drets fonamentals dels treballadors segons el Conveni 188 de l'Organització Internacional del Treball sobre el treball de la pesca.</p>
<p><b>Transparència i governança</b></p> 	<p>Etiquetatge i comunicació transparent amb els consumidors.</p> <p>Escolta i col·laboració amb tot el sector pesquer i la resta dels grups d'interès.</p>	<p>Informació i formació dels consumidors en l'àmbit de la pesca sostenible.</p> <p>Sistema de govern amb mesures eficients de control i auditoria per consolidar a EROSKI la pràctica d'aquesta política de pesca sostenible.</p>

Assoliments en matèria de pesca sostenible 2018



El 2017 vam ser la primera cadena de distribució minorista a Espanya a superar l'auditoria de MSC de cadena de custòdia de peix fresc. L'acreditació de pesca sostenible MSC audita tant el calador com les empreses implicades en tot el procés de manipulació del peix, de manera que garanteix la traçabilitat i les bones pràctiques a tota la cadena de custòdia. El 2018 hem renovat la certificació de la cadena de custòdia del peix fresc MSC i hem incorporat el segell a la nostra gamma comercial de peix i marisc congelat. Amb el llançament de lluç congelat, ja sumem onze referències de peix i marisc congelat amb el segell blau a tota la nostra xarxa comercial. Preveiem que la comercialització del peix certificat MSC arribi als dos milions de quilos l'any 2020.

L'any 2018 hem estat la primera cadena de distribució a Espanya que supera l'auditoria de cadena de custòdia d'aqüicultura certificada GlobalGAP, que acredita que les espècies en venda a les nostres peixateries i procedents d'aquesta mena de cria s'han produït de manera segura i sostenible. Així doncs, ja hi ha 361 mostradors de peixateria a les nostres botigues; comercialitzen orada, corbina, llobarro i turbot amb segell GGN.

Al compromís de garantir l'origen sostenible de tota la nostra gamma de conserves de tonyina, hi afegim la necessitat que sigui capturada només amb arts de pesca més responsables: tonyina de pesca responsable, sense objecte FAD, MSC i Fishery Improvement Project. Amb aquesta finalitat hem arribat a un acord amb els nostres proveïdors perquè en dos anys dupliquin el volum de tonyina capturada d'acord amb aquestes arts i s'arribi al 40% del total. D'aquesta manera, avancem en el nostre pla per conservar els caladors de pesca i per oferir als clients un consum més sostenible. A EROSKI només treballlem amb proveïdors que han signat, a la seva política de pesca sostenible, que no accepten tonyina procedent de països que han estat amonestats amb targeta groga per la Unió Europea per incomplir les mesures aprovades per les organitzacions regionals de pesca i no establir mesures per acabar amb la pesca il·legal.

**+2.000 tones de peix sostenible certificat amb segells com MSC o GlobalGAP comprades al 2018**

## “Fruites i verdures lletges” contra el malbaratament alimentari

Segons l'Organització de les Nacions Unides per l'Alimentació i l'Agricultura, un terç dels aliments produïts es perd o es desaprofita a tot el món. A EROSKI, com a part del nostre compromís amb la sostenibilitat del sector agrícola i contra el desaprofita alimentari, hem apostat per la comercialització de varietats de fruites i hortalisses considerades lletges per l'aspecte o la mida.

L'any 2018 la campanya es va desenvolupar a 560 establiments de la nostra xarxa comercial, inclosos 79 centres de CAPRABO i franquícies. Com a novetat en aquesta edició, les Balears s'hi han sumat amb la seva participació a 14 botigues transformades. En total, el 2018 es van comercialitzar a tota la xarxa 1.055 tones de fruites i hortalisses considerades lletges.

## Ecodisseny d'envasos i productes

Des de la creació de la marca pròpia, EROSKI ha estat treballant per millorar els envasos dels productes. El 2008 vam començar a incloure, a més a més, criteris mediambientals en el disseny, com ara la selecció de materials d'origen sostenible i que afavorissin el reciclatge o la reducció de la quantitat de matèries primeres utilitzades per a la fabricació i l'embalatge. Aquestes accions propicien la reducció de l'impacte ambiental

global dels envasos i embalatges, fet que, en alguns casos, comporta estalvis econòmics derivats de l'optimització de les fases de producció i logística.

El 2018 hem treballat en la definició de la nostra estratègia de plàstics i hem adquirit els compromisos següents per lluitar contra la contaminació per plàstics:

Reduir almenys en un 20% les tones de plàstic d'un sol ús per al 2025.



Reduir els plàstics d'un sol ús, eliminant també els plàstics en objectes d'un sol ús que no són envasos, com els plats o els coberts.

Fomentar l'ús de bosses reutilitzables.

Augmentar la venda a granel de fruita i verdura a les botigues.

Revisar tots els envasos de marca pròpia perquè siguin 100% reciclables, se n'hagi eliminat el sobreenvasament o s'hagi reduït el pes de l'envàs tot el possible per al 2025.

Ser més transparents: adaptar els nostres sistemes per fer públics, en futurs exercicis, les dades de tots els envasos de marca pròpia que posem en circulació i de l'impacte que les nostres mesures tindran per reduir la petjada plàstica de forma anual.

## Nova gamma de bosses més respectuosos amb el medi ambient

A finals del 2018 hem començat a substituir progressivament les nostres actuals bosses d'un sol ús per bosses compostables fabricades amb material d'origen vegetal. Aquest tipus de bosses també s'ha inclòs al nostre servei de compra on-line. A més a més, la bossa reutilitzable certificada per AENOR ha estat substituïda per una bossa que conté almenys un 55% de plàstic reciclat, per potenciar una economia circular. Així mateix, hem inclòs també a la gamma una nova bossa de paper d'origen sostenible certificat FSC, com a resultat de l'escolta als clients. Totes elles se sumen a les bosses reutilitzables ja existents de ràfia, fabricada amb plàstic reciclat, i a la bossa solidària, que reuneix la protecció del medi ambient amb finalitats socials.

que els comerços utilitzaran bosses compostables per promocionar la recollida orgànica. El projecte suposa la coordinació de fabricants de plàstic compostable, el sector de la distribució i les administracions públiques encarregades de la recollida i el reciclatge d'escombraries orgàniques. Amb aquesta acció es van repartir a les famílies 10.000 bosses reutilitzables per pesar fruita i verdura, fet que ha suposat un estalvi de 250.000 bosses d'un sol ús.

En aquesta línia, CAPRABO s'ha sumat a una iniciativa pionera: la primera prova pilot de substitució de bosses de plàstic d'un sol ús, de caixa i de secció als comerços per bosses compostables. El #projecteCERES és una iniciativa de la Fundació Ellen MacArthur, emmarcada dins el Programa Circular Economy 100. Aquest projecte vol aprofitar

**1.341 milions de bosses de plàstic d'un sol ús evitades gràcies a les nostres bosses reutilitzables**

## Consolidació de la comunitat #PorElClima



Des de 2017 formem part de la comunitat #PorElClima, que és un espai de trobada de tots els actors (empreses, administracions públiques, ONG, mitjans de comunicació i particulars) que ja estan actuant #PorElClima amb l'objectiu de garantir el compliment de l'Acord de París contra el canvi climàtic que li correspon al nostre país. A més a més, com a membres d'aquesta comunitat, ens comprometem a dur a terme un pla per reduir les emissions de gas d'efecte hivernacle.

A principis de 2018 es va inaugurar l'aparador [porelclima.com](http://porelclima.com), plataforma que vol convertir-se en la principal oferta nacional de productes i serveis responsables. A [porelclima.com](http://porelclima.com) s'hi poden trobar tant bens i serveis responsables de grans o mitjanes empreses com els diferents productes i serveis verds que estan creixent de forma excepcional al nostre país.



## Logística

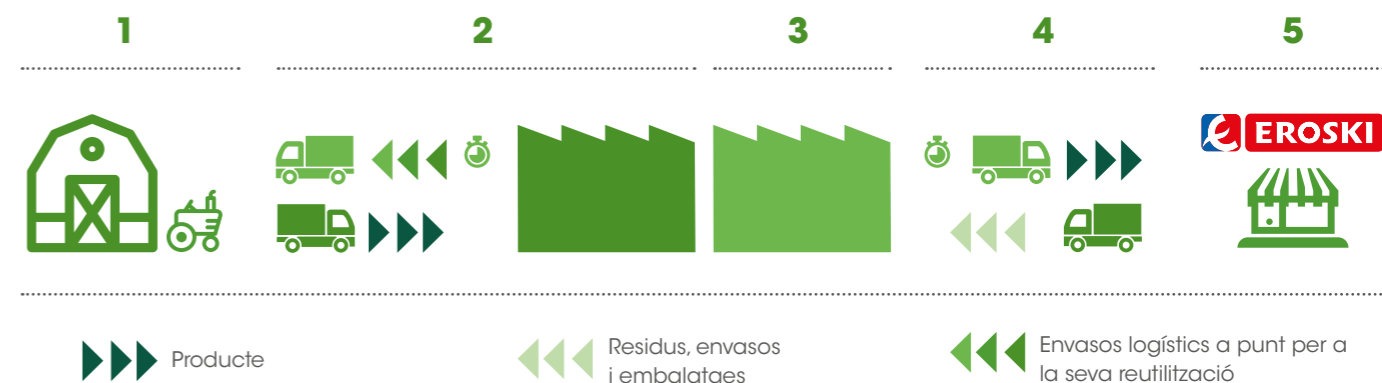
### Lean&Green: Cap a una logística sostenible

El projecte Lean&Green ha estat guardonat per l'Associació de Fabricants i Distribuïdors (AECOC). Amb aquest certificat, el Grup EROSKI lidera la plataforma Lean&Green amb quinze empreses més del sector consum. L'objectiu de Lean&Green és generar una xarxa de companyies líders en el camp de la logística sostenible, per incrementar-ne la capacitat d'estalvi i reduir-ne les emissions de CO<sub>2</sub> en almenys el 20% en cinc anys. Aquest premi certifica que hem presentat el pla d'accions per aconseguir la reducció d'aquest percentatge entre 2015 i 2020. Lean&Green és la principal plataforma europea de col·laboració especialment dirigida a reduir les emissions associades a la cadena de subministrament.

En els últims quatre anys ha aconseguit reduir un 14% les emissions per transport, ja que hem evitat més de 11.000 tones d'emissions equivalents de CO<sub>2</sub> a través de les accions següents:

- Reorganització de plataformes de no alimentació per venda de botigues a CARREFOUR i DIA.
- Reorganització de plataformes de la zona centre i sud per venda de botigues a CARREFOUR i DIA. Tancament de la plataforma de Mercamadrid.
- Eliminació de plataforma Larabeztu per optimitzar les rutes.
- Reorganització de les plataformes nord.
- Renovació de la flota. Eliminació de vehicles fins a Euro III.
- Incorporació del semiremolcs.
- Incorporació de camions de 25 x 25 m a la flota.
- Incorporació de vehicles impulsats per gas natural comprimit (GNC) o líquid (GNL).
- Procediments de descàrrega nocturna.
- Modificació en els procediments de càrrega en plataformes de fresc.
- Modificació en els criteris de càrrega per a l'activitat d'ex work.
- Increment d'ompliment de camions.
- Optimització de rutes i aïllament de comandes.
- Formació en tècniques de conducció ecològica dels conductors de la xarxa de transport per carretera d'EROSKI.
- Compra d'energia verda.

## Eficiència i sostenibilitat com a eixos del nostre nou model de transport



### 1 Aprovisionament més eficient:

- Millora en la planificació de la demanda.
- Optimització contínua del model de transport de compra en origen.
- Concentració i simplificació del nostre mapa de plataformes.
- Implantació del transport manager system, que permet optimitzar la planificació i el seguiment de les rutes i l'ompliment de mercaderies.
- Col·laboració amb proveïdors per optimitzar l'ús dels vehicles.

### 2 Vehicles i conducció menys contaminants:

- Renovació de la flota amb la incorporació de vehicles adaptats a la nova normativa anticontaminació de la Unió Europea Euro 6.
- Ús d'additius al combustible que poden disminuir els gasos d'efecte hivernacle fins a un 40%.
- Foment de l'ús de vehicles elèctrics.
- Utilització de vehicles que permeten un ompliment més òptim, com els city trailer.
- Ús de vehicles que utilitzin gas líquid de petroli com a combustible.
- Equipament dels vehicles amb determinats dispositius electrònics que afavoreixen una conducció més eficient.
- Formació en tècniques de conducció ecològica.

### 3 Plataformes més sostenibles:

- Ús d'il·luminació led, detectors de presència, robots de temperatura i aprofitament de la llum natural per millorar l'eficiència energètica de les plataformes.
- Instal·lació de panells solars per a un aprovisionament d'electricitat amb menys impacte ambiental.
- Reducció de la quantitat de materials d'embalatge emprats.

### 4 Logística inversa:

- Objectiu: gestionar i valoritzar els residus generats a les botigues. Aquesta mesura s'emmarca dins del nostre objectiu de "Malbaratament zero", ja que permet la recollida i el tractament de tots els subproductes orgànics i inorgànics per al correcte reciclatge.

### 5 Optimització de la logística urbana:

- Descàrregues nocturnes, la utilització de carrils multiús o la reserva dinàmica de places de descàrrega per minimitzar l'impacte en el medi urbà.
- En relació amb la contaminació per soroll, el model de distribució nocturna preveu el subministrament del producte centralitzat a les botigues a la nit. Els nivells d'emissió sonora durant el període nocturn són més restrictius que durant l'horari diürn. Per garantir aquests nivells durant les operacions de càrrega i descàrrega, el model de distribució estableix una sèrie de mesures adoptades en diferents àrees. D'una banda, en relació amb el local, es preveu adequar-lo: sistemes de tancament, alarmes sectoritzades, aïllament acústic, etc. També es té en compte l'equipament necessari, com carretons, transpaletes silencioses o salvavoreres. D'altra banda, es forma i informa el personal implicat sobre els protocols de treball silenciosos que s'han dissenyat, diferenciant els protocols per a cada lloc de treball: personal diürn de botiga, personal auxiliar nocturn i repartidors. Finalment, per tal de corregir desviacions, s'incorporen processos d'auditoria interns per detectar-les i comprovar el compliment dels protocols de treball establerts als punts de venda operatius. Moltes d'aquestes mesures es defineixen en col·laboració amb els ajuntaments per garantir-ne la idoneïtat.



## Botigues ecoeficients

### La renovació i ampliació de la xarxa comercial d'EROSKI per adaptar-se al nostre model "amb tu" inclou també l'adopció de millores en la construcció i gestió d'acord amb criteris ambientals.

La ecoinnovació ha caracteritzat les botigues EROSKI des del principi. En va ser una bona prova la implementació, fa més de 20 anys, del primer sistema de gestió mediambiental nacional certificat amb la norma ISO 14001 al nostre hipermercat d'Artea a Leioa (Biscaia). La nostra aspiració és disposar de supermercats autoabasti-

bles d'energia renovable i amb un balanç de CO2 neutre. Per aconseguir-ho, desenvolupem projectes d'R+D+i a les nostres botigues, un exemple significatiu dels quals és la botiga zero emissions d'Oñati (Guipúscoa), que ha renovat l'any 2018 la certificació energètica ISO 50001. Les bones pràctiques apreses en aquestes botigues s'estan implementant en els altres establiments de la nostra xarxa comercial.

El nostre renovat model millora l'eficiència energètica a través de nous sistemes i equipaments eficients de fred, climatització i il·luminació. L'eficiència energètica s'uneix a la gestió de residus zero, que converteix la botiga EROSKI "amb tu" en un establiment punter en política de sostenibilitat i medi ambient. Estenem aquest nou model energètic a totes les obertures i reformes de supermercats i hipermercats.

## Construcció i equipament sostenible

### Apostem per dissenys i equips que consumeixin menys energia i tinguin menys impacte ambiental. Alguns exemples de mesures implantades són:

#### Il·luminació led

Totes les bombetes són led d'última generació, i l'encesca es controla des d'un autòmat que n'optimitza l'ús i minimitza la contaminació lumínica a les nits. Aquest tipus de bombetes es poden reciclar i no contenen materials contaminants, com mercuri, plom o tungstè. A aquesta mesura s'hi suma la instal·lació de solera flotant i aïllament tant tèrmic com acústic al local.

#### Les instal·lacions de fred

Les mesures mediambientals aplicades a les instal·lacions frigorífiques es concreten principalment en la instal·lació d'una central frigorífica negativa de CO2 i la positiva de R134, que suposen un estalvi important d'energia i treballen amb gasos respectuosos amb el canvi climàtic. Aquesta instal·lació incorpora també un sistema de condensació flotant que redueix el consum elèctric.

El mobiliari frigorífic es compon de mobles d'última generació amb portes de vidre, que eviten que els passadissos de la botiga es refredin i garanteixen una millor conservació dels productes. D'una banda, mantenen de forma estricta la temperatura a la qual s'han de conservar i, de l'altra, contribueixen al benestar de la clientela a les botigues.

#### Ús de refrigerants amb baix impacte d'efecte hivernacle

Utilitzem gasos refrigerants que combinen un potencial nul d'esgotament de la capa d'ozó, un baix potencial d'escalfament atmosfèric i una alta eficiència energètica. A més, el 2018 hem instal·lat el sistema DNI (detector de nivell intel·ligent) per detectar fuites en 27 centres i, així, minimitzar al màxim les emissions d'aquests gasos.

#### Climatització

Per a una òptima climatització, el model energètic incorpora la instal·lació del sistema roof top, amb aïllament acústic específic per a habitatges i un sistema de recuperació de calor per a la sala de vendes, mesures que se sumen a les pantalles acústiques de la central de fred. El clima està integrat en el sistema de gestió, que controla la temperatura, la humitat i la qualitat de l'aire, amb un sistema remot de vigilància davant incidents que incrementin el consum elèctric. La instal·lació disposa d'anàlitzadors de xarxes per al control del consum integrats en un programa d'anàlisi propi, desenvolupat per l'equip d'energia d'EROSKI, que genera alarmes de funcionament quan els consums elèctrics es desvien del previst.

## Economia circular

### Afrontem la gestió i la valorització dels residus des de la prevenció i la integració d'un model d'economia circular

Com un dels nostres eixos bàsics d'actuació per reduir el nostre impacte ambiental, centrem gran part dels nostres a prevenir, gestionar i valoritzar els residus que generem.

#### Minimització dels residus

Treballem per minimitzar els residus derivats de la nostra activitat mitjançant l'aplicació de l'ecodisseny en els productes de marca pròpia, la promoció d'articles frescos propers a la data de caducitat i la donació a persones en risc d'exclusió social d'aliments aptes per al consum que s'han descartat per a la venda a través del programa "Malbaratament zero". L'any 2018 ens hem adherit a la plataforma basca contra el malbaratament alimentari per unir esforços amb la resta dels agents de la cadena de valor per minimitzar el desaprofitament d'aliments.

En aquesta mateixa direcció, també fomentem entre la clientela mesures com l'ús de bosses reutilitzables per reduir el nombre bosses de plàstic que es llencen cada dia. L'any 2019 incorporarem progressivament malles reutilitzables a la secció de fruiteria per minimitzar el consum de bosses d'un sol ús

#### Gestió i valorització dels residus

EROSKI es responsabilitza del fet que els residus generats a les seves instal·lacions i botigues siguin gestionats i valoritzats correctament, fomentant el reciclatge i la reutilització com a tractaments prioritaris. Des de la perspectiva de l'economia circular, potenciem processos de logística inversa, des de les botigues fins a les plataformes i empreses proveïdores, que permeten una correcta reutilització i reciclatge dels residus orgànics i inorgànics generats. Això implica no només minimitzar la quantitat de deixalles sinó també evitar el consum de matèries primeres verges en altres processos productius.

##### Residus orgànics

Mitjançant logística inversa o gestors autoritzats, recollim els residus orgànics generats a les nostres botigues per a la utilització com a matèria primera en la fabricació de farines i olis animals, així com pinsos per a alimentació animal.

##### Residus inorgànics

Com a productors de marca pròpia, declarem anualment els envasos, els aparells elèctrics, les piles, els olis i les bombetes dels nostres productes als sistemes col·lectius de responsabilitat ampliada de productor, com Ecoembes o Ecovidrio. Aquestes entitats garanteixen la correcta recuperació i gestió dels residus derivats de l'ús

dels nostres productes. Gràcies al reciclatge dels envasos que declarem a Ecoembes, s'ha evitat l'emissió de més de 1.178 tones de CO2 equivalents en un any.

- Reciclem el 100% del cartró, el plàstic, el paper i la fusta que es generen a les nostres instal·lacions. Per fer-ho, recollim els diferents materials rebutjats a les nostres botigues i col·laborem amb diferents sistemes integrats de gestió autoritzats per al tractament.
- Reutilitzem els envasos logístics en les nostres operacions de distribució.
- Facilitem als consumidors el reciclatge dels seus residus. Per fer-ho, posem a la seva disposició punts nets a les nostres botigues per a la recollida de piles, aparells elèctrics, llums, roba, oli domèstic i tòner, entre altres productes usats.

CAPRABO ha participat un any més en la Setmana Europea de la Prevenció de Residus, amb l'objectiu de sensibilitzar sobre la importància de treballar de manera conjunta en la prevenció de residus, la reutilització i el reciclatge de materials, a partir d'accions concretes i de la difusió de campanyes informatives.

## Reciclatge de càpsules de cafè

Continuem avançant en el nostre compromís de facilitar que el consumidor pugui adoptar patrons de consum més sostenibles. Per això hem posat en marxa un projecte de reciclatge de càpsules de cafè. Es tracta d'una iniciativa pilot que ha arrencat en botigues del País Basc, Navarra i Balears i que ens converteix en el primer gran distribuïdor a Espanya en instal·lar punts de recollida propis de càpsules de cafè de qualsevol material i marca.

Hem instal·lat contenidors específics identificats als nostres punts de venda perquè els clients puguin disposar-hi les càpsules de cafè usades: és un procés de logística inversa que estableix l'enviament de les càpsules recollides a cada botiga fins a la planta, en la qual el gestor autoritzat, PLS POOLING, les retirarà per al tractament i reciclatge. El cafè i les càpsules biodegradables es converteixen en adob per substrat de bolets o fongs i en altres tipus de compost, i el plàstic i l'alumini es reciclen i es fonen per generar nous envasos de plàstic i alumini, respectivament. El 2018 hem recollit més de 4 tones de càpsules de cafè a les 15 botigues pilot.

## Persones consumidoras

**E**ROSKI és conscient que cada persona, en triar un model de consum sostenible i responsable, pot contribuir a la protecció mediambiental. Dirigim els esforços cap a la formació i la conscienciació de les persones consumidores mitjançant el desenvolupament de campanyes de sensibilització i la publicació de continguts pedagògics a les nostres plataformes web i en altres suports informatius. En línia amb aquest objectiu, també fomentem i desenvolupem iniciatives col·laboradores amb la clientela, les persones treballadores i les institucions.

### Sensibilitzar

#### "L'Hora del Planeta"

EROSKI s'ha sumat per vuitè any consecutiu a la campanya de l'Hora del Planeta, promoguda per WWF amb el suport de les Nacions Unides. Ens vam unir a l'apagada simbòlica de la principal iniciativa global en defensa del medi ambient, que aquest any ha tingut per lema "Connecta't i apaga el llum".

### Programa mediambiental

#### "Camiño a Camiño"

VEGALSA-EROSKI ha participat un any més en "Camiño a Camiño", programa mediambiental del Concello de Vigo que promou activitats de cura i millora de l'entorn. En aquesta última edició, els fons donats s'han destinat a pal·liar les conseqüències dels incendis que van assolir el Concello de Vigo.

#### "Unha árbore, unha història"

VEGALSA-EROSKI continua promovent el valor de la sostenibilitat mediambiental entre els escolars gallecs a través del projecte "Unha árbore, unha història". Amb aquesta iniciativa busquem apropar el nostre compromís amb l'entorn natural als més petits de la casa, amb un concurs literari de relats curts, i fer-los partícips de les tasques de reforestació que duem a terme cada any al voltant dels nostres establiments. L'any 2018 vam replantar 30 espècies arbòries de roures i castanyers a les proximitats de l'hipermercat EROSKI a Noia.

### Setmana Europea de la Prevenció de Residus 2018 a CAPRABO

CAPRABO s'ha sumat a la iniciativa de la Setmana Europea de Prevenció de Residus 2018 per mitjà de diverses accions de conscienciació i sensibilització per promoure la reutilització i el reciclatge de roba i sabates, per minimitzar el residu que generen als abocadors.

## Informar

### Canal de medi ambient a Eroski Consumer

Tenim un canal especialitzat en medi ambient a [www.consumer.es](http://www.consumer.es) amb l'objectiu de formar les persones en hàbits de consum sostenibles. Per fer-ho, oferim continguts sobre natura, medi ambient urbà, parcs naturals, energia i ciència, entre d'altres. Aquest canal rep més de 250.000 visites mensuals.

### Escola d'Alimentació EROSKI

Disposem d'un mòdul específic sobre sostenibilitat al programa educatiu sobre alimentació i hàbits saludables de l'Escola d'Alimentació EROSKI, en què WWF també participa aportant continguts. Gràcies a aquest mòdul educatiu hem format 406.401 escolars en el curs 2017/2018 en matèria de sostenibilitat, producció sostenible d'aliments i dieta sostenible. A més, el web [www.escueladealimentacion.es](http://www.escueladealimentacion.es) inclou continguts formatius per ensenyar a evitar el malbaratament alimentari.

#### "Retorna-li el color a la natura"

Aquesta iniciativa anima els més petits a tenir cura del medi ambient a través del concurs de dibuix "Retorna-li el color a la natura" a les botigues Vegalsa-EROSKI. L'únic requisit per als participants va ser estar disposats a deixar anar la imaginació i dibuixar un mitjà de transport ecològic per a l'ecopatrulla de VEGALSA-EROSKI. Entre els premis lliurats, hi ha una bicicleta i deu visites al Parc Zoològic Marcelle Natura.

#### "Uneix-te al consum responsable."

##### Redueix, reutilitza, recicla"

El 2018 hem col·laborat amb la campanya d'HISPA COOP, que, amb el lema "Uneix-te al consum responsable. Redueix, reutilitza, recicla", persegueix informar, formar i conscienciar els consumidors sobre la importància del consum responsable, perquè redueixin el malbaratament alimentari, reutilitzin els recursos i reciclin correctament els residus generats en l'àmbit domèstic. Aquesta campanya forma part del projecte "Gestió de deixalles, malbaratament alimentari i consum responsable", finançat per l'Agència Espanyola de Consum, Seguretat Alimentària i Nutrició del Ministeri de Sanitat, Serveis Socials i Igualtat. La iniciativa s'ha desenvolupat de forma simultània en diferents botigues d'EROSKI ubicades a Cantàbria, La Rioja, Navarra i el País Basc.

#### "Móllate, per un San Xoán Sustentable"

VEGALSA-EROSKI s'ha sumat a la campanya promoguda per la Conselleria de Medi Ambient del Concello de A Coruña "Móllate, por un San Xoán Sustentable", l'objectiu de la qual ha estat reduir la generació de residus durant la celebració d'aquesta festivitat. Hem contribuït en aquest projecte fent una tirada especial de bosses de paper amb un disseny en homenatge a Sant Joan, que vam lliurar als clients de manera gratuïta en el pas per caixa. Un total de 27 establiments de la zona metropolitana de la Corunya han participat en aquesta acció, en la qual es van repartir un total de 61.000 bosses de paper biodegradable.



## Actuar

### Programa Actívate +

Vam participar en la iniciativa Actívate+ de la Diputació Foral de Biscaia, basada en el programa internacional Global Action Pla, que busca fomentar la participació ciutadana a favor de la sostenibilitat ambiental mitjançant el desenvolupament d'hàbits de consum adequats. Així, col·laborem amb sis entitats basques més en el programa que ha aconseguit implicar 2.302 llars, 80 centres i 43.204 escolars des del 2012. El mesurament dels efectes aconseguits després de posar en pràctica la formació rebuda ha constatat un estalvi anual mitjana del 16% del consum energètic als centres escolars participants.

### Campanya de la bossa solidària amb WWF

EROSKI i WWF han col·laborat en una campanya solidària per a la conservació dels boscos i la recuperació dels ecosistemes degradats. Per fer-ho, EROSKI ha donat els 22.500 euros recollits en la venda de la nostra bossa solidària a aquesta organització de conservació de la natura. Amb aquest, fa sis anys que donem la totalitat dels beneficis de la venda de la bossa solidària, al preu d'1 euro a les nostres botigues. Des del seu llançament l'any 2013, la cooperativa ha venut més d'un milió de bosses solidàries, i els beneficis obtinguts s'han repartit entre nombroses organitzacions, com ara Creu Roja, Unicef, Oxfam Intermón i Save the Children, entre d'altres.

### Projecte de conservació d'espècies a dos espais naturals d'Àlaba

Amb els diners recollits aquest any per la venda de botes de plàstic reutilitzables com a alternativa al vidre, hem donat 5.000 euros, als quals es van unir 5.000 més aportats directament pel Departament de Medi Ambient de la Diputació Foral d'Àlaba, destinats a un projecte de conservació de l'oreneta de ribera en dos espais naturals d'Àlaba. Amb aquesta acció apostem per gaudir de la festa i alhora complim el nostre compromís amb la sostenibilitat mediambiental i la cura de l'entorn natural.



7

**Acció Social**

Compromís amb la ciutadania

## La nostra contribució a la comunitat 413-1

**EROSKI, des dels orígens, desenvolupa una acció social diversa per contribuir de manera efectiva a fer possible una societat més justa i solidària**

Considerem la solidaritat com un principi fonamental sota el qual hem de dur a terme la nostra activitat i, per això, dediquem anualment el 10% dels beneficis d'EROSKI a la Fundació EROSKI per al desenvolupament d'activitats socials. D'aquesta manera, donem suport a accions bé per iniciativa pròpia o per mitjà de convenis de col·laboració amb tercers per al desenvolupament social i cultural de l'entorn. A més, EROSKI fem contribucions econòmiques a iniciatives socials, que l'any 2018 van sumar més de 8 milions d'euros.

Per a les persones que formem EROSKI, suposa un orgull haver desenvolupat l'any 2018 nombrosos acords i convenis de col·laboració amb associacions, ONG i entitats socials, així com més de 15 campanyes en què impulsem el protagonisme i la implicació dels consumidors.

Les aportacions econòmiques del 2018 van ascendir en total a 8.500.199 €, distribuïts en els àmbits d'acció social següents:



### Premi Solidari ONCE-Galícia per a VEGALSA - EROSKI

Hem estat guardonats amb el Premi Solidari ONCE-Galícia 2018 en la categoria d'empresa en reconeixement als nombrosos projectes i iniciatives en l'àmbit del compromís social i mediambiental, i del foment de l'alimentació i els hàbits de vida saludables que hem dut a terme en els últims anys.



## Iniciatives solidàries 413-1

### Cooperació internacional

EROSKI considera que la solidaritat ha de travessar fronteres i, per això, les nostres campanyes també s'enfoquen en les necessitats urgents dels qui són més lluny de nosaltres.

#### Campanya de recollida de joguines amb la Creu Roja

Durant dos dies del mes de desembre, els nostres clients van poder participar en la campanya de recollida de joguines no bèl·liques i no sexistes. Totes les donacions s'han destinat a cobrir les necessitats de nens i nenes de famílies en risc de vulnerabilitat social i econòmica que no poden assumir l'adquisició de joguines.

#### Campanya d'emergència pel tsunami d'Indonèsia

Gràcies a la solidaritat d'EROSKI i els seus clients, vam recollir 30.000 euros en la campanya d'emergència pels damnificats al tsunami d'Indonèsia de l'octubre, organitzada en coordinació amb UNICEF. Els fons s'han destinat a proporcionar aigua potable i sanejament per prevenir epidèmies i facilitar una atenció sanitària i una nutrició adequades.

#### Programa lliurament de producte

Continuem un any més donant articles de consum no alimentari (joguines, calçat, roba, material escolar i productes òptics, entre d'altres) a nens de Llatinoamèrica a través de la Federació Nens del Món, organització que treballa per al desenvolupament humà sostenible i la cooperació internacional. El 2018 les donacions van arribar als 169.200 euros.

#### Voluntariat cooperatiu

Com a part dels principis de cooperació i solidaritat propis d'EROSKI, col·laborem des de fa més d'una dècada amb MUNDUKIDE, una organització centrada en el desenvolupament dels pobles desfavorits del Tercer Món. Ajudem a difondre informació sobre els seus projectes a través de la nostra revista EROSKI CONSUMER i el web [www.consumer.es](http://www.consumer.es) i vam participar en el "Programa de voluntariat cooperatiu per a la transformació social" que Mundukide desenvolupa juntament amb el centre d'Investigació Lanke de Mondragon Unibertsitatea i el Moviment de Treballadors Rurals Sense Terra (MST) del Brasil. Quatre treballadors d'EROSKI ja han estat voluntàries aportant els seus coneixements sobre distribució i comercialització per impulsar el desenvolupament socioeconòmic i cooperatiu de la regió centre de l'Estat del Paranà.

#### Estrella solidària

Per quart any consecutiu, EROSKI ha repetit la campanya de l'Estrella Solidària de Nadal. Gràcies als clients de les botigues d'EROSKI i VEGALSA-EROSKI, s'han aconseguit l'any 2018 63.000 euros pels beneficis de la venda de l'estrella. S'han destinat a l'ajuda a la infància a través d'UNICEF i Fundació EROSKI, ja que aquesta va ser la causa triada per votació de les persones consumidores.

## Solidaritat alimentària

En línia amb el nostre objectiu de sensibilitzar les persones consumidores sobre la urgència de pal·liar els problemes en la cobertura de necessitats bàsiques en el nostre entorn, hem organitzat campanyes que permeten la implicació de la clientela en accions de solidaritat alimentària.

### Campanyes solidàries amb implicació de las persones consumidors

L'any 2018 vam el 22è de col·laboració amb la Federació Espanyola de Bancs d'Aliments (FESBAL), a la qual donem els aliments recollits en dues grans campanyes solidàries organitzades anualment a les nostres botigues: **Operació Quilo**, al juny, i el **Gran Recapte d'Aliments**, al novembre. Aquests aliments es destinen a les persones de cada comunitat que tenen dificultats econòmiques i estan en risc d'exclusió social. Aquest any hem donat continuïtat a les dues modalitats existents: el lliurament físic tradicional de productes i la recollida en forma de vals, que afavoreix que els bancs d'aliments puguin rebre els productes que considerin més necessaris en cada moment. També s'ha tornat a llançar la campanya "Zampakilos solidario" a VEGALSA-EROSKI.

A més, CAPRABO i la Creu Roja han col·laborat, per sisè any consecutiu, en la campanya d'ajuda a l'alimentació infantil "Cap nen sense menjar!", una iniciativa solidària que recull fons per pagar beques d'alimentació a nens en risc d'exclusió social. El 2018 s'han aconseguit 12 beques d'alimentació.

## Targeta solidària

Des de 2009, EROSKI, Càritas Biscaia i Laboral Kutxa lliuren vals d'alimentació a les persones ateses per les Acol·lides de Càritas Biscaia perquè puguin canviar-los als seus establiments. A més d'aportar la infraestructura necessària per al funcionament d'aquesta iniciativa solidària, la Fundació EROSKI i Laboral Kutxa fem una aportació monetària addicional als recursos de Càritas Biscaia per a aquest projecte. VEGALSA-EROSKI també lliura vals d'alimentació al programa d'emergència social de la Xunta de Galícia.

Amb l'objectiu de normalitzar l'accés a les necessitats bàsiques des de claus no merament assistencials, sinó integradores i emmarcades en processos més amplis d'incorporació social de les persones en situació o risc d'exclusió, el 2018 hem consolidat la implementació de la targeta solidària recarregable, que ja ha substituït els vals de paper que entregàvem i ha permès estendre aquesta iniciativa de solidaritat alimentària a altres regions, com l'Aragó, les Balears, Galícia i el País Basc. Aquest sistema, al qual ja s'han adherit diverses associacions més, com Creu Roja, i ajuntaments, com els de Vitòria o Saragossa, permet dignificar encara més aquesta eina per a les famílies, a més de ser més modern i senzill.

**1.523 tones de producte donats a l'Operació Quilo i Gran Recapte d'Aliments**

## Programa "Malbaratament zero"

EROSKI continua en la lluita contra el malbaratament alimentari articulant un protocol d'actuació que garanteix la seguretat alimentària de les donacions de tots els productes frescos i d'alimentació que, estant en perfectes condicions de consum, retirem dels lineals per complir el nostre compromís amb els clients de frescor màxima i bon aspecte de l'envàs. Ens assurem que els productes donats mantinguin la cadena de fred també a l'entitat receptora de la donació i conservem les mateixes garanties en el transport i les instal·lacions fins que l'aliment és consumit.

El criteri d'assignació i el lliurament final d'aquests productes al destinatari correspon a més d'un centenar d'entitats socials de tot el territori nacional, amb les quals hem signat convenis de col·laboració.

El programa també persegueix promoure el consum responsable, de manera que desenvolupem, en paral·lel a les donacions d'aliments, diverses campanyes de conscienciació al consumidor per informar-lo i formar-lo.

Per fer-ho, EROSKI posa a la seva disposició, a través d'Eroski Consumer, coneixements, recursos i eines pràctiques per racionalitzar la compra, aprofitar-la al màxim i minimitzar el malbaratament alimentari a casa, amb els consegüents estalvis que això comporta tant per a la societat com per a l'economia de les famílies.

Per desenvolupar el programa "Malbaratament zero", EROSKI col·labora amb nombroses organitzacions socials, com bancs d'aliments, Càritas, etc. Durant l'any 2018, EROSKI i els seus clients han donat més de 4.928 tones d'aliments destinats als col·lectius més desfavorits. La xifra equival a 9.747 dietes personals donades.

EROSKI S. Coop. ha estat reconeguda amb el Premi Espiga d'Or, el màxim guardó que atorga la Federació Espanyola de Bancs d'Aliments a les organitzacions que destaquen per la seva col·laboració en la redistribució solidària dels excedents alimentaris.

### Ens sumem a la primera Setmana Contra el Malbaratament d'Aliments

L'any 2018 ens hem sumat a la primera Setmana Contra el Malbaratament d'Aliments, una iniciativa coordinada per l'Associació d'Empreses del Gran Consum (AECOC), celebrada per primera vegada a Espanya, amb l'objectiu de conscienciar, impulsar i motivar els consumidors sobre les eines que tenen a l'abast per reduir la quantitat de menjar que es llença a les escombraries. S'han posat en marxa tallers a les nostres botigues, concursos i sortejos en línia, i s'han compartit bones pràctiques amb l'objectiu de conscienciar les persones consumidores contra el malbaratament alimentari.

### Objectiu #FamZero

EROSKI s'ha sumat a la campanya #FamZero, que posa en marxa l'Organització de les Nacions Unides per a l'Alimentació i l'Agricultura, amb motiu del Dia Mundial de l'Alimentació, que se celebra el 16 d'octubre.

Aquesta iniciativa s'emmarca dins de l'ODS núm. 2 i pretén conscienciar la societat que un món sense fam és possible per al 2030. Però per aconseguir-ho és imprescindible la implicació de tots i cadascun de nosaltres, no només dels governs i les grans institucions mundials.

**+4.928 tones d'aliments donats a través del programa malbaratament zero**



**9.747 dietes personals donades**



## Col·laboració amb persones amb capacitats diferents o amb malaltia

**E**ROSKI, conscient dels reptes diaris que han d'afrontar les persones amb capacitats diferents o amb necessitats especials derivades d'una malaltia, mantenim una col·laboració estreta amb les organitzacions que les representen i que treballen per millorar el seu benestar i qualitat de vida.

El patrocini de projectes i iniciatives en aquest àmbit és també fonamental en la nostra acció social, que es desenvolupa mitjançant la signatura de nombrosos acords



### La Kosta Trail amb la diabetis i les malalties renals

Gràcies a la participació de més de 4.600 persones a la tretzena edició de la Kosta Trail, FORUM SPORT, Salomon i Laboral Kutxa han donat 14.400 euros a l'Associació Biscaïna de Diabetis i l'Associació per la Lluita Contra les Malalties Renals de Biscaia. La donació es destinarà perquè els afectats de diabetis aprenguin de forma pràctica els beneficis i els reptes que suposa practicar esport en la gestió diària de la malaltia, i per ajudar els malalts que pateixen malalties renals.

### Fundació WOP i EROSKI juntes per la cura de les malalties degeneratives

En el marc de la col·laboració entre EROSKI i la Fundació The Walk On Project (WOP), ens vam comprometre a organitzar un seguit d'activitats per als clients, la participació dels quals va sumar minuts d'investigació en la cura de les malalties neurodegeneratives. Així va ser com es van aconseguir 51.096 minuts. Gràcies a la implicació dels clients, EROSKI va poder lliurar a la Fundació WOP un xec per valor de 30.658 euros.

de col·laboració amb entitats socials del món de la discapacitat i de diverses malalties. El 2018 les aportacions econòmiques que vam destinar a aquest tipus d'actuacions van superar els 100.000 euros, que es van distribuir tant entre associacions de referència d'àmbit estatal com entre d'altres de centrades en col·lectius locals.



### VEGALSA-EROSKI amb les malalties rares i cròniques

Ens hem sumat a la campanya "Pot ser màgic gràcies a tu", impulsada per la Federació Gallega de Malalties Rares i Cròniques per contribuir a cobrir les necessitats assistencials del col·lectiu de persones (i familiars) que pateixen aquest tipus de malalties a Galícia. La nostra clientela va poder adquirir a 15 de les nostres botigues un bastó de caramel solidari al preu simbòlic d'un euro. Al total recollit, VEGASA-EROSKI hi afegeix un 6%, de manera que es van superar els 1.900 euros.

### Lluita contra el càncer de mama

EROSKI ha participat un any més en diferents curses de la dona organitzades a Espanya per l'Associació Espanyola Contra el Càncer. A més a més, per quart any consecutiu, VEGASA-EROSKI ha realitzat la campanya "Preparats per guanyar!", amb l'objectiu de recollir fons per a aquesta associació, i hem repartit fullets informatius sobre la detecció del càncer de mama i sobre els hàbits per reduir el risc de desenvolupar-lo.

## Campanya de sensibilització contra el càncer de pell

**C**ol·laborem cada any amb l'Associació Espanyola Contra el Càncer per sensibilitzar la població sobre el càncer de pell. Durant la campanya, els nostres supermercats han acollit estands on s'ha aconsellat sobre com s'ha de prendre el sol amb precaució i s'han donat regles bàsiques per revisar la pell i detectar-hi possibles signes d'alarma. També hem ofert xerrades informatives entre els treballadors de CAPRABO.

### Algunes de les associacions amb les quals col·laborem:

- ACAMBI - Associació de Càncer de Mama de Bilbao
- ADEMBI - Associació d'Esclerosi Múltiple de Biscaia
- AECC - Associació Espanyola Contra el Càncer
- AEFAT - Associació Espanyola Família Atàxia Telangiectàsia
- ALCER - Associació per a la Lluita Contra les Malalties Renals
- ANADI - Associació Diabetis Navarra
- ASPANAFOHA - Associació de Pares de Nens amb Càncer d'Àlaba
- ASPANOGLI - Associació de Pares de Nens Oncològics de Guipúscoa
- ASVIDIA - Associació de Diabètics de Biscaia
- BENE - Associació d'Afectats i Familiars per Malalties Neurològiques de Biscaia
- COCEMFE - Confederació Espanyola de Persones amb Discapacitat Física i Orgànica
- EM Euskadi - Fundació Basca d'Esclerosi Múltiple Eugenia Epatza
- EUSKAL GORRAK - Federació Basca d'Associació de Persones Sordes
- FEDE - Federació Espanyola de Diabetis
- FEKOOR - Federació Coordinadora de Persones amb Discapacitat Física i Orgànica de Biscaia
- FEGEREC - Federació Gallega de Malalties Rares i Cròniques
- FEM - Fundació Esclerosi Múltiple
- ONCE EUSKADI - Corporació sense ànim de lucre amb la missió de millorar la qualitat de vida de les persones cegues i amb discapacitat visual
- WOP - Walk On Project



## Altres campanyes solidàries

Les nostres campanyes van més enllà de la solidaritat alimentària: donen suport a col·lectius vulnerables i promouen el compromís amb el medi ambient a través

d'hàbits de consum que afavoreixen la preservació dels recursos naturals.

### Donacions de material esportiu de FORUM SPORT

FORUM SPORT ha donat 179 parells de sabatilles a Creu Roja Biscaia perquè les distribuís entre les persones usuàries dels seus projectes que es troben en situació de vulnerabilitat. Així mateix, l'any 2018 també hem donat a Koopera 8.943 quilos de material esportiu, valorat en 22.219 euros. Aquest material ha anat destinat a usuaris de Càritas, a les botigues Koopera com a objectes de segona mà, o al reciclatge o la valorització energètica mitjançant l'adequada gestió com a residu.

### Receptari solidari de VEGALSA-EROSKI a favor de la Creu Roja

Gràcies a la venda de 15.000 exemplars d'un receptari de plats saludables a preus econòmics, amb el títol *Hoy como en casa: recetas saludables y económicas elaboradas por los mejores chefs de Galicia*, s'han recollit 30.000 euros, que aniran destinats a projectes d'inclusió social de la Creu Roja a Galícia. Aquesta iniciativa ha comptat amb la participació de 20 xefs gallescs i s'ha dut a terme en Autoservicios Familia, Hipermercats EROSKI i Supermercats EROSKI Center de la comunitat autònoma de Galícia.

### Campanya d'emergència per les inundacions de Mallorca

La campanya solidària d'àmbit estatal que vam organitzar després de les terribles inundacions que van afectar el municipi mallorquí de Sant Llorenç va permetre recollir 140.000 euros gràcies a la solidaritat d'EROSKI i els seus clients. Els diners s'han canalitzat amb les autoritats de Sant Llorenç perquè siguin destinats íntegrament a les famílies afectades per les inundacions.

## Suport a les famílies

EROSKI manté convenis de col·laboració per donar suport a les famílies nombroses amb entitats com Fanoc i Família XL, entre d'altres. A més a més, des de 2012, a CAPRABO, conscient de les necessitats particulars d'aquest tipus de famílies, ofereix avantatges especials a través de la condició de client or (i la Targeta Or el meu Club CAPRABO), amb tots els beneficis addicionals que això comporta. Així mateix, gaudeixen de l'avantatge de rebre un 5% del valor de les compres que facin transformat en euros, quantitat que s'afegeix al saldo de la targeta. Durant el 2018 un total de **13.292 famílies nombroses s'han beneficiat d'un estalvi de 804.694 euros**.

Aquesta iniciativa se suma al programa d'ajuda a les famílies "Benvingut Nadó", gràcies al qual durant l'exercici passat vam lliurar **1.358.000 canastretes**, així com descomptes i promocions en productes pensats per al primer any de vida dels nadons. El programa es complementa

amb l'eina on-line Benvinguda Matrona, on els progenitors poden disposar de les respostes a totes les qüestions que més els preocupen durant l'embaràs, el part i al llarg dels primers anys de vida del nadó. Aquesta iniciativa compta amb el suport de la Federació d'Associacions de Llevadores d'Espanya, l'Associació Espanyola de Llevadores i el pediatre Dr. J. Mateu Sancho, entre d'altres. Ja han visitat la web 120.505 persones, amb més de 358.175 pàgines vistes.

Vegalsa-EROSKI també ha fet un pas més en l'ajuda a les famílies després d'adherir-se l'any 2016 al Programa Tarxeta Benvida de la Xunta de Galícia. Gràcies a aquest programa, les persones que presenten la targeta en fer la compra a la nostra xarxa d'establiments, Família, EROSKI/Center e Hipermercados EROSKI, es beneficien d'un descompte directe del 2,5%. L'any 2018 s'han transferit 59.168 euros a les famílies a través d'aquesta iniciativa.

## Foment de la cultura, l'oci i l'entorn local

El foment de les iniciatives més locals d'EROSKI busca afavorir el benestar de les persones properes a la nostra xarxa comercial i posar en valor la cultura i les tradicions més properes.

### Promoció i difusió de llengües locals

EROSKI considera les llengües locals com a part essencial del patrimoni cultural de les comunitats del seu entorn. Per això, treballem de forma contínua per promocionar-les i difondre-les.

En el cas de l'euskera, destaca la iniciativa que hem dut a terme juntament amb Elhuyar Fundazioa per desenvolupar un motor de cerca en aquest idioma. Aquest projecte d'R+D, en el qual també col·labora la Universitat del País Basc, desenvolupa un cercador en la llengua basca molt més avançat que els existents fins ara. Integrant-la a la nostra plataforma on-line, hem aconseguit simplificar i millorar la navegació pels documents de la revista Eroski Consumer. També cal destacar la participació anual en els grans esdeveniments d'aquesta llengua, amb patrocinis vinculats a la Fira del Llibre i Disc Basc de Durango (Durangoko Azoka), la més important del

calendari en aquest àmbit. A més a més, col·laborem amb les principals festes de l'euskera, com Herri Urrats, Ibilaldia, Araba Euskaraz, Kilometroak, Nafarroa Oinez i la festa de l'Escola Pública Basca, durant les quals 10.824 persones van participar en els esdeveniments de l'Escola d'Alimentació de la Fundació EROSKI que s'hi van dur a terme.

També a Galícia posem en valor la cultura i la llengua de la regió sumant-nos a totes les iniciatives que estiguin estretament lligades a la societat gallega. Per exemple, com en exercicis anteriors, el 2018 continuem donant suport a la celebració del Día das Letras Galegas.

Aquestes accions s'uneixen a l'esforç continuat que fem perquè la revista *Eroski Consumer* pugui llegir-se en castellà, euskera, gallec i català.

### Oci i cultura

Així mateix, intentem apropar la cultura a les persones consumidores a través de diversos patrocinis, com ara el del festival cultural Musikaire, que té lloc anualment a Elorrio, on s'ubica la nostra seu social.

D'altra banda, conscients de la importància de l'esport en la societat actual i per desenvolupar una vida saludable, també donem suport a activitats esportives organitzades en l'entorn més proper. A més, l'any 2018, a través del Programa CAPRABOSport, vam repartir 224.000 euros entre 118 clubs d'aficionats amb l'objectiu de fomentar hàbits saludables, com el de la pràctica esportiva.

Al País Basc vam col·laborar amb curses populars, com la Herri Krosa o la regata de Santurce. A més, FORUM SPORT, com fa anualment, va organitzar la Kosta Trail a Biscaia, una cursa de muntanya amb vessant solidari que inclou recorreguts per a tota la família i per a les persones amants de les travesses.







8

## Transparència

Compromís amb la claredat i la veracitat

# Els nostres grups d'interès

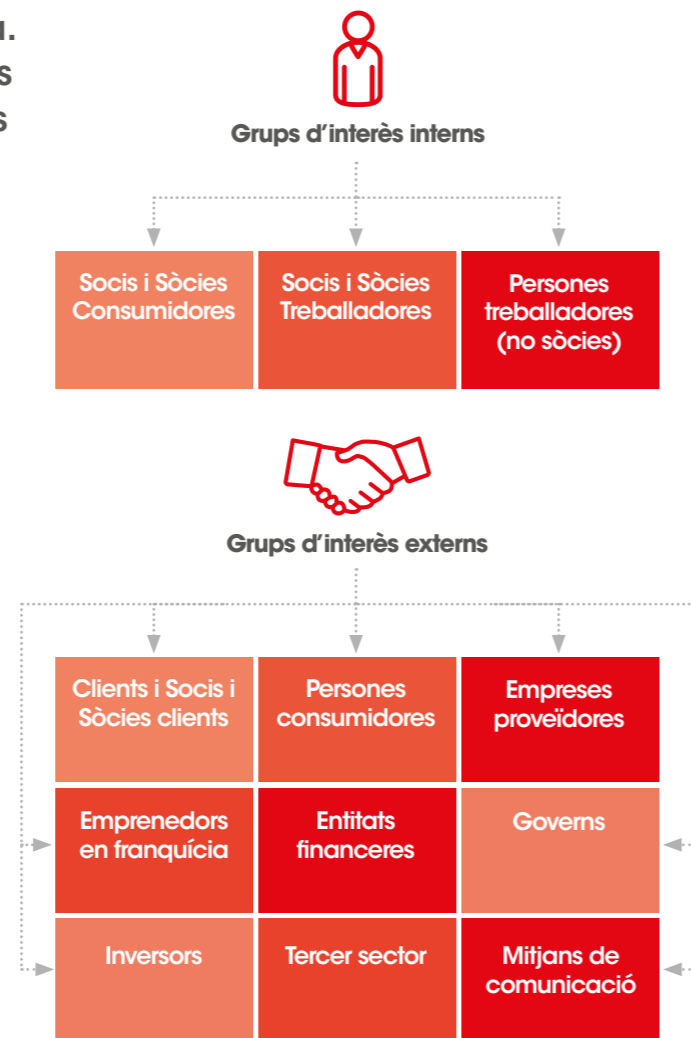
102-40; 102-42; 102-43; 102-44

La nostra activitat genera impactes en diferents grups d'interès, i viceversa. Aquestes persones, grups, col·lectius i organitzacions són molt importants per a nosaltres, ja que hi ha una interacció i cooperació mútua, enfortida i treballada amb els anys.

Per tant, comprendre'ls i involucrar-los en les nostres activitats i decisions és bàsic en el desenvolupament de la nostra responsabilitat social i en el control dels nostres impactes. Per això, l'actual complexitat i dinamisme del context social i empresarial ha fet imprescindible adquirir-hi un compromís sòlid per conèixer-ne les expectatives i els reptes. Així, aquest any hem dut a terme una revisió dels nostres grups d'interès, actualitzant la nostra relació amb els col·lectius que:

- Tenen un impacte directe o indirecte en la nostra organització.
- Es veuen afectats per les nostres activitats, serveis o productes.
- S'interessen per la nostra activitat.

Així, diferenciem entre grups d'interès interns, és a dir, els grups o persones que són part integral del Grup EROSKI, i grups d'interès externs, que inclouen des de la nostra clientela fins a governs o entitats socials.



# Mecanismes de comunicació específics i qüestions i preocupacions clau identificades per a cada grup d'interès

102-44

Grup d'interès	Mecanismes de comunicació específics	Qüestions i preocupacions clau
Clients i Socis i Sòcies clients	Servei d'atenció al client (a la botiga, per telèfon i al web) Revista <i>EROSKI Club</i> Revista <i>Sabor</i> de CAPRABO Estudis de satisfacció de clients Programes d'escolta a la clientela Fulletts promocionals App EROSKI Club Newsletters	Màrqueting i etiquetatge Competitivitat en el mercat Salut i seguretat en el treball Anticorrupció Materials Efluentes i residus Malbaratament alimentari Ocupació
Persones consumidores	Revista <i>Eroski Consumer</i> i <a href="http://www.consumer.es">www.consumer.es</a> Escola d'Alimentació ( <a href="http://www.escoladealimentacion.es">www.escoladealimentacion.es</a> ) Enquesta Nutricional de la Població Espanyola (ENPE) Campanyes de sensibilització (salut, solidaritat i medi ambient) Institucions públiques i organitzacions que vetllen pels interessos dels consumidors (Kontsumobide, Consell de Consumidors i Usuaris, AECOSAN, etc.) Notes i rodes de premsa	Màrqueting i etiquetatge Salut i seguretat en el treball Energia Comunitats locals Seguretat dels clients Traçabilitat del producte Accessibilitat Presència en el mercat
Persones treballadores	Publicacions: <i>Nexo</i> , <i>Néctar</i> , <i>La Parrapla</i> Intranets: Prisma, ForumNet. Actes. Comunicacions en seu Entrevistes d'avaluació. Enquestes de cultura laboral Auditories (Codi Ètic) Canal de denúncia	Salut i seguretat en el treball Seguretat dels clients Ocupació Conciliació Anticorrupció Efluentes i residus
Socis i Sòcies treballadores	Òrgans de participació societària Manual d'acollida Mecanismes propis de persones treballadores	Gestió econòmica Governança i gestió ètica Reestructuració de la xarxa comercial Qüestions inherents a persones treballadores i consumidores
Socis i Sòcies consumidores	Òrgans de participació societària Newsletters Mecanismes propis de Socis i Sòcies Clients i persones consumidores	Qüestions inherents a persones consumidores i Socis i Sòcies Clients
Empreses proveïdores	Servei d'Atenció a Proveïdors Publicacions: <i>Nexo Logística</i> EROSKI Acords amb pimes Convenis de col·laboració Taules sectorials Campanyes promocionals de productes locals Auditories (control de qualitat...) Fòrums permanents i ocasionals	Anticorrupció Compliment normatiu Seguretat dels clients Traçabilitat del producte Acompliment econòmic
Entitats financeres i inversores	Informe de govern corporatiu Informe de comptes anuals consolidats Notes i rodes de premsa Lloc web del CNMV i EROSKI	Anticorrupció Compliment normatiu Acompliment econòmic Protecció de dades de caràcter personal Innovació
Emprenedors/ores i franquiciats	Programa "amb tu en franquícia" Comunicacions directes amb el personal de la Direcció de Franquícies de la Direcció General de Xarxa	Seguretat dels clients Accessibilitat Anticorrupció Compliment normatiu Salut i seguretat en el treball Pràctiques d'adquisició
Governos	Acords i convenis de col·laboració Reunions amb representants públics Associacions empresarials i de cooperatives de consumidors (ACES, ANGED, AECOC, etc.)	Accessibilitat Anticorrupció Traçabilitat del producte Materials Competència deslleial
Tercer sector i altres agents socials	Reunions con representantes de las distintas organizaciones Comité Científico FUNDACIÓN EROSKI Universidades: convenios, becas ONG: convenios de colaboración, patrocinios, jornadas, stands	Anticorrupció Efluentes i residus Compliment normatiu Emissions Malbaratament alimentari Seguretat dels clients



# Principis d'elaboració de la memòria

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

EROSKI treballa per millorar i ampliar cada any la informació d'acompliment que presentem als nostres grups d'interès com a part del nostre compromís amb la transparència dins i fora de l'organització. Per això, hem elaborat aquesta memòria d'acord amb els estàndards de la Global Reporting Initiative (GRI), una institució independent fundada el 1997 que és el marc de referència més emprat a tot el món en matèria d'informes de sostenibilitat,

a la qual donem suport des de fa més d'una dècada com a membres de la seva comunitat GOLD. Aplicant els criteris i principis recollits als estàndards GRI, busquem assegurar que la qualitat de la memòria i el seu contingut estiguin alineats amb les expectatives dels nostres grups d'interès, a més de permetre la comparació dels diferents indicadors reportats amb els nostres resultats en anys anteriors i amb els informes presentats per altres organitzacions.

## Abast de la memòria

Les societats sobre les quals es reporten dades en aquesta memòria són les afectades per la Llei 11/2018, d'informació no financera i diversitat. Aquestes són les 27 societats incloses en els estats consolidats financers, tot i que no totes tenen un impacte en tots els aspectes

no financers reportats en la memòria. La taula següent presenta el desglossament de societats dels estats consolidats financers per agrupació d'aspectes materials reportats.

SOCIEDAD	ASPECTES ECONÒMICS I PROTECCIÓ DE DADES	ASPECTES AMBIENTALS	ASPECTES SOCIALS LABORALS PRODUCT-CLIENT
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 CIENCIAS, 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.			

L'absència d'informació ambiental o social en algunes d'aquestes societats es deu al fet que no tenen treballadors ni activitat directa amb persones consumidores, de manera que no generen cap impacte en aquests aspectes no financers. Addicionalment, s'inclou informació sobre les accions de la Fundació EROSKI en relació amb l'estàndard GRI-413 de comunitats locals.

D'aquestes societats, les que són propietàries d'establiments dels diversos negocis que presentem al capítol 2 (Xarxa comercial i model comercial "amb tu") són les següents

SOCIETAT	HIPER-MERCATS	SUPER-MERCATS	GASOLINE-RES	OCI I ESPORT	AGÈNCIES DE VIATGES	ÒPTIQUES	BOTIGUES 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.							



## Anàlisi de materialitat 102-49

**D**urant l'any 2018, EROSKI ha dut a terme una actualització i millora de l'anàlisi de materialitat de 2017. Aquesta anàlisi de materialitat es realitza amb l'objectiu de determinar quins aspectes són rellevants a l'hora de reflectir els impactes econòmics, ambientals i socials de l'organització, d'influir en les decisions dels grups d'in-

terès, i de generar un impacte sobre l'economia, el medi ambient o la societat. Els que es consideren rellevants són els que es reflecteixen en la matriu de materialitat.

Així, per identificar els temes potencialment materials, s'han tingut en compte:

**Fonts bibliogràfiques**, entre les quals destaquen els estàndards de referència elaborats per la GRI, com els estàndards GRI o els suplementos sectorials, per Governance & Accountability, els Principis del Pacte Mundial de les Nacions Unides i la Llei 11/2018, d'informació no financera i diversitat.

**Informació provinent del mercat**, principalment publicacions elaborades per empreses del sector o per la cadena de subministrament d'EROSKI.

**Informació interna i externa de l'organització i els seus grups d'interès**, com a resultats de grups focals i enquestes realitzades amb la plantilla, consumidors, socis, proveïdors, tercer sector, administració pública, serveis financers i inversors i mitjans de comunicació.

A continuació, s'han prioritzat alguns dels aspectes, és a dir, s'han triat els que són més rellevants per a EROSKI i els nostres grups d'interès. Per a aquest exercici s'ha dut a terme una anàlisi interna (rellevància per a EROSKI) i externa (rellevància per als grups d'interès) per conèixer el grau d'importància que tenien els temes identificats.

El mètode de consulta utilitzat ha estat, majoritàriament, l'enquesta on-line per als grups d'interès (perspectiva externa) i per a les persones que tenen responsabilitats en la presa de decisions a EROSKI (perspectiva interna). Aquests grups inclouen el Consell de Direcció, la plantilla, les franquícies, els socis clients, els socis consumidors, el tercer sector, els proveïdors, l'administració pública, els serveis financers i els mitjans de comunicació. Aquest procés ha suposat realitzar una consulta directa, així com ampliar l'abast de la consulta a un nombre més gran de persones, per la qual cosa es considera que els resultats obtinguts permeten donar una millor resposta a les expectatives dels diferents grups d'interès.

Posteriorment, s'han ponderat les respostes en funció del grau d'importància de cada grup d'interès per a EROSKI, i s'ha procedit a la revisió i validació per assegurar que la materialitat reflecteix de manera raonable i equilibrada l'acompliment de l'organització en matèria de sostenibilitat, tant dels impactes positius com dels negatius.

Finalment, s'ha obtingut la matriu de materialitat, en la qual s'han identificat els aspectes materials per a l'organització.



Alta	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presència en el mercat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anticorrupció</li> <li>Innovació</li> <li>Traçabilitat del producte</li> <li>Protecció de dades de caràcter personal</li> <li>Efluent i residus</li> <li>Ocupació</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Compliment socioeconòmic i ambiental</li> <li>Màrqueting i etiquetatge</li> <li>Materials</li> <li>Salut i seguretat en el treball</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impactos econòmics indirectos</li> <li>Energia</li> <li>Formación y enseñanza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acompliment econòmic</li> <li>Accessibilitat</li> <li>Diversitat i igualtat d'oportunitats</li> <li>No discriminació</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pràctiques d'adquisició</li> <li>Seguretat dels clients</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Competitivitat en el mercat</li> <li>Política pública</li> <li>Emissions*</li> <li>Malbaratament alimentari*</li> <li>Biodiversitat</li> <li>Aigua</li> <li>Contaminació atmosfèrica</li> <li>Gestió de clients</li> <li>Llibertat d'associació i negociació col·lectiva</li> <li>Inserció i inclusió social</li> <li>Conciliació</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Competència deslleial</li> <li>Comunitats locals*</li> <li>Formació als consumidors</li> <li>Relacions treballadors-empresa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Avaluació social i ambiental de proveïdors</li> <li>Avaluació de drets humans</li> <li>Salut dels clients</li> </ul>
	Baixa	Mitjana	Alta

- Gestió ambiental
- Compromisos, polítiques i gestió responsable
- Ocupació i relacions laborals
- Clients, consumidors i responsabilitat del producte

Els temes materials són els inclosos a les àrees ombrades, i addicionalment s'hi han incorporat els assenyalats amb el símbol \* per la relació i importància amb l'activitat d'EROSKI.

### Aspectes econòmics

- Acompliment econòmic
- Presència en el mercat
- Anticorrupció
- Innovació
- Compliment socioeconòmic i ambiental
- Pràctiques en adquisició
- Avaluació social i ambiental de proveïdors
- Avaluació de drets humans
- Comunitats locals

### Aspectes ambientals

- Materials
- Efluent i residus
- Energia
- Emissions
- Malbaratament alimentari

### Aspectes socials/laborals/ producte-client

- Ocupació
- Salut i seguretat en el treball
- Diversitat i igualtat d'oportunitats - No discriminació
- Màrqueting i etiquetatge
- Accessibilitat
- Seguretat dels clients
- Salut dels clients
- Protecció de dades de caràcter personal
- Traçabilitat del producte

## Llista d'aspectes materials i la cobertura d'aquests 102-46; 103-1

Aspecte material	On es produeix l'impacte	Implicació d'EROSKI	Motiu de la materialitat
Acompliment econòmic (GRI 201)	Fora i dins de l'organització	Directa e indirecta	La gestió econòmica de l'organització té un gran impacte en els diferents grups d'interès de l'entitat. Afecta el nombre de llocs de treball generats, la compra de productes i serveis, la xarxa comercial, l'estratègia empresarial, la gestió del deute i el repartiment de beneficis, entre d'altres aspectes.
Presència en el mercat (GRI 202)	Fora de l'organització	Directa e indirecta	Una organització com EROSKI, que busca potenciar el desenvolupament de l'entorn en el qual opera, ha de disposar d'una política de contractació i de salaris que promogui el desenvolupament local.
Pràctiques d'adquisició (GRI 204)	Fora de l'organització	Directa	El volum de compres i el nombre de proveïdors que tenim suposa un possible impacte significatiu en el desenvolupament dels proveïdors locals en l'entorn en el qual operem.
Anticorrupció (GRI 205)	Fora i dins de l'organització	Directa	Tenir un comportament empresarial ètic i responsable és prioritari per als nostres grups d'interès: adoptem mesures per lluitar contra la corrupció i el suborn.
Innovació	Fora i dins de l'organització	Directa	Innovar en el disseny i la millora dels productes i serveis permet seguir augmentant la seguretat i qualitat de la nostra oferta.
Materials (GRI 301)	Fora i dins de l'organització	Directa e indirecta	La fabricació, l'ús i la disposició d'envasos i embalatges pot tenir un impacte important en el medi ambient. Per això, optimitzar el consum de materials i utilitzar els més sostenibles i en menor quantitat és fonamental per als nostres clients i la societat en general.
Energia (GRI 302)	Fora de l'organització	Directa e indirecta	Promoure l'eficiència energètica i utilitzar energia procedent de fonts renovables és una prioritat per reduir l'impacte ambiental i evitar l'ús de combustibles fòssils.
Emissions (GRI 305)	Fora de l'organització	Directa e indirecta	L'impacte en la salut humana i en el clima que les emissions de gasos d'efecte hivernacle produeixen és un dels grans problemes ambientals actuals i de més rellevància per als diferents grups d'interès.
Efluent i residu (GRI 306-1, 306-2)	Fora de l'organització	Directa e indirecta	Reduir la quantitat de residus i abocaments generats és vital per a la conservació del medi ambient. Per tant, minimitzar-ne l'impacte ecològic mitjançant la reutilització, el reciclatge o altres aprofitaments (economia circular) ha de ser un objectiu de tota la societat.
Malbaratament alimentari (GRI 306)	Fora i dins de l'organització	Directa e indirecta	Desenvolupar iniciatives i accions per prevenir i evitar el malbaratament d'aliments és un aspecte especialment important al sector alimentari. Reduint-ne el malbaratament, d'una banda, es redueix la producció ineficient o innecessària d'aliments i, de l'altra, es produeix un impacte social positiu generat en distribuir aquests aliments a persones en risc d'exclusió.
Compliment socioeconòmic i ambiental (GRI 307 i 419)	Fora i dins de l'organització	Directa	El compliment legal en matèria socioeconòmica i ambiental és necessari per garantir l'absència d'impactes negatius en relació amb la sostenibilitat. A més, pot suposar sancions econòmiques i administratives, així com un risc reputacional.
Avaluació ambiental de proveïdors Avaluació social de proveïdors (GRI 308-414)	Fora de l'organització	Directa e indirecta	Gestionar de manera responsable la cadena de proveïdors, introduint-hi criteris socials, ambientals i ètics, afavoreix la implantació de polítiques de responsabilitat, no només a la nostra entitat sinó a tota la cadena de valor.

Aspecte material	On es produeix l'impacte	Implicació d'EROSKI	Motiu de la materialitat
Ocupació (GRI 401)	Fora i dins de l'organització	Directa	L'estabilitat i la qualitat de la feina són claus en una organització com EROSKI, en la qual moltes persones treballadores són també propietàries de la cooperativa i en la qual hi ha més de 30.000 empleats directes.
Salut i seguretat en el treball (GRI 403)	Dins de l'organització	Directa	Les persones treballadores són un dels nostres grups d'interès prioritari. Per això, promoure'n la salut i seguretat, i prevenir els riscos laborals és un aspecte fonamental en l'organització.
Diversitat i igualtat de oportunitats No discriminació (GRI 405-406)	Fora i dins de l'organització	Directa	Disposar de polítiques de no discriminació i promoure un entorn laboral inclusiu basat en la diversitat, la multiculturalitat i la igualtat d'oportunitats entre dones i homes.
Avaluació de drets humans (GRI 412)	Fora i dins de l'organització	Directa	Utilitza criteris relatius als drets humans en les operacions i en els acords i contractes d'inversió significatius, i formar la plantilla en polítiques o procediments sobre drets humans.
Comunitats locals (GRI 413)	Fora de l'organització	Directa	Participar activament en la societat mitjançant programes d'acció social que contribueixin al desenvolupament econòmic i social de les comunitats on operem.
Seguretat dels clients (GRI 416)	Fora i dins de l'organització	Directa e indirecta	Com a empresa de distribució alimentària, garantir la qualitat i seguretat de tots els productes juntament amb els nostres proveïdors és crític per a l'organització.
Salut dels clients	Fora i dins de l'organització	Directa e indirecta	Disposar de productes més saludables i adaptats a dietes especials és clau per donar resposta a les necessitats dels clients. Les altes taxes d'obesitat i sobrepès a Espanya fan que disposar de productes més saludables i equilibrats sigui prioritari per a la societat. Així mateix, l'augment d'al·lèrgies alimentàries i les necessitats de col·lectius com els celíacs exigeixen que a les nostres botigues hi hagi aliments aptes per a ells que cobreixin les seves necessitats.
Màrqueting i etiquetatge (GRI 417)	Fora i dins de l'organització	Directa e indirecta	Etiquetar els productes amb informació sobre les seves característiques (ingredients i contingut nutricional, seguretat en el consum, reciclabilitat de l'envàs, etc.) és clau per a la salut dels nostres clients i el medi ambient, i forma part del compromís de transparència que té EROSKI. Aplicar criteris ètics i de responsabilitat en les comunicacions de màrqueting, donar una atenció diferencial i oferir màrqueting individualitzat té una gran rellevància per als nostres clients.
Protecció de dades de caràcter personal (GRI 418)	Fora i dins de l'organització	Directa	Garantir la protecció de dades de caràcter personal no és només una obligació legal, sinó que és una exigència dels nostres clients i un compromís per a EROSKI.
Traçabilitat del producte (GRI 416)	Fora i dins de l'organització	Directa	Assegurar la traçabilitat de la cadena de subministrament en tots els processos i nivells és vital per prevenir i controlar qualsevol impacte negatiu, reduint d'aquesta manera els riscos en àmbits com la salut o el medi ambient.
Accessibilitat	Fora de l'organització	Directa	Facilitar l'accessibilitat universal de les persones amb diversitat funcional als nostres centres i instal·lacions és fonamental per a una gran part dels nostres clients.

## Informació addicional sobre el càlcul dels indicadors presentats a la memòria 102-46; 103-1

Indicador	Abast	Mètode de càlcul i comentaris
Informació sobre empleats directes (GRI 102-8, 405-1)	Grup EROSKI	<p>El total d'empleats directes i Socis i Sòcies Treballadores és una mitjana de les dades registrades durant l'últim mes de l'exercici 2018 (gener de 2019).</p> <p>Els percentatges per tipus de contracte, jornada, edat, gènere i categoria professional corresponen a les dades el 31 de gener de 2019 (data fi de l'exercici). Aquests percentatges s'han aplicat al nombre total de persones treballadores reportat (30.048).</p> <p>El nombre i índex de rotacions correspon a les persones empleades que han deixat l'organització voluntàriament, per acomiadament, jubilació o defunció.</p>
Informació sobre remuneracions (GRI 102-34, 102-35, 102-36, 102-37, 102-38, 102-39, 202-1, 405-2)	Grup EROSKI	<p>Es reporten dades d'EROSKI S. Coop. i de la resta de les societats del Grup, separades per les diferències respecte a la retribució. Les dades aportades corresponen a l'any natural 2018. S'utilitzen les dades d'avançament de consum brut a EROSKI S. Coop. i les dades de retribució bruta anual a la resta de les societats. L'avançament de consum brut és la suma de la retribució neta i les retencions IRPF (sense sumar-hi les aportacions a la Seguretat Social).</p> <p>Les dades d'evolució de la Cooperativa es poden treure dels informes d'anys anteriors. Pel que fa al Grup, no tenim aquest històric analitzat. Com que aquest any comencem a treballar amb aquestes dades, a partir de l'any vinent podrem començar a veure'n l'evolució.</p> <p>Les dades utilitzades per a la comparació amb les empreses de l'IBEX 35 s'han tret de l'Informe: <i>Evolución de indicadores de buen gobierno en las empresas del IBEX 35 durante el ejercicio 2017</i>. Fundación 1.º de Mayo, gener de 2019.</p>
Informació sobre accidentabilitat i formació en prevenció de riscos laborals (GRI 403-2, 404-1)	Grup EROSKI	Dades corresponents a l'any natural 2018.
Envasos logístics reutilitzats (GRI 301-3)	Grup EROSKI (domini alimentari)	Dades de palets i caixes plàstiques emprades durant l'exercici 2018 a les plataformes d'EROSKI, CAPRABO i VEGALSA.
Consum energètic dins de l'organització (GRI 302-1)	Grup EROSKI	<p>No es disposa de dades de consum d'electricitat desglossat per usos. Factors de conversió emprats en el càlcul:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conversió de quillowatt hora a megajoules: 1 kWh = 3,6 MJ.</li> <li>• Consum de combustible en operacions de transport (font: estimacions pròpies d'EROSKI en funció de la seva flota).</li> <li>• Conversió de litres de dièsel a gigajoules (font: Factores de emisión. <i>Registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido de carbono</i>. MAPAMA, 2018):</li> </ul> <p>- Densitat del dièsel: 832,5 kg/m<sup>3</sup>                      - Poder calorífic del dièsel: 343 GJ/t</p>
Consum energètic fora de l'organització (GRI 302-2)	Grup EROSKI	<p>Factor de conversió emprat en el càlcul:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consum mitjà de dièsel en viatges de feina per carretera: 5,68 l/km. (Font: consum mitjà als 100 km de vehicles de tipus M1, disponible a la base de dades d'IDAE).</li> </ul>

Indicador	Abast	Mètode de càlcul i comentaris
Intensidad energética (GRI 302-3)	Grup EROSKI	<p>Indicadors emprats per calcular el consum relatiu d'energia a l'organització:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Superfície comercial: 1.298.274 m<sup>2</sup> (el 31 de gener de 2019)</li> <li>• Vendes netes: 4.698 milions d'euros.</li> </ul>
Reducció del consum energètic (GRI 302-4)	Grup EROSKI	S'ha seleccionat l'any 2017 com a any base per presentar les reduccions de consum de combustible en transport i energia, perquè aquest és l'exercici de la primera memòria de sostenibilitat segons GRI que hem elaborat.
Extracció d'aigua per font (GRI 303-1)	Grup EROSKI	<p>El consum per a l'exercici 2018 s'ha calculat a partir de la despesa registrada d'aigua potable.</p> <p>El preu mitjà de l'aigua aplicat com a factor de conversió és de 2,87 €/m<sup>3</sup>, que ha estat calculat en funció dels preus d'un mostratge de factures per a les diferents societats o negocis amb consum d'aigua. No es disposa d'un registre de totes les fonts de les quals extreuen l'aigua els diferents municipis que subministren EROSKI.</p>
Biodiversitat (GRI 304-1)	Grup EROSKI	Font d'informació: Ministeri per a la Transició Ecològica. No s'han tingut en compte les botigues en franquícia.
Abocament d'aigües	Grup EROSKI	S'ha estimat que l'aigua abocada correspon a un 99% de l'aigua potable consumida.
Residus dipositats per clients	Grup EROSKI	Les dades de piles, bombetes i aparells elèctrics i electrònics corresponen a l'any natural 2018.
Emissions directes de GEI (abast 1) (GRI 305-1))	Grup EROSKI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Factors de caracterització del potencial d'escalfament global emprats (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 emesos):</li> <li>- GWP100 de l'IPCC 2013 (font: CML (<i>Institute of Environmental Sciences, Universitat de Leiden</i>), agost de 2016).</li> <li>- Per a les mesclures de refrigerants, el factor de caracterització corresponent s'ha calculat considerant la composició (% de cada HFC) i els factors d'emissió de GWP100-IPCC 2013 de CML (agost de 2016).</li> <li>• Factors d'emissió de CO<sub>2</sub> per al gas natural i el dièsel en transport (font: <i>Factores de emisión. Registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido de carbono 2018</i>. MAPAMA, 2019):</li> <li>- 0,203 kg CO<sub>2</sub>/kWh poder calorífic net</li> <li>- 0,901 kWh PC net/kWh poder calorífic superior</li> <li>• Els factors d'emissió de CH<sub>4</sub> i N<sub>2</sub>O per al gas natural corresponen a les directrius de l'IPCC de 2006 per als inventaris nacionals de gasos d'efecte hivernacle (stationary combustion, taula 2.4).</li> <li>• Enfocament de consolidació per a les emissions: control operacional</li> </ul>
Emissions indirectes de GEI en generar energia (abast 2) (GRI 305-2))	Grup EROSKI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Factor d'emissió de CO<sub>2</sub> segons el mix nacional (font: <i>Acuerdo sobre los resultados. El sistema de garantía de origen y etiquetado de la electricidad relativos a la energía producida en el año 2018</i>. CNMC, 2019):</li> <li>- 0,41 kg CO<sub>2</sub>eq/kWh</li> <li>• Factor d'emissió de CO<sub>2</sub> segons el mix de les comercialitzadores (font: calculat a partir del percentatge consumit per EROSKI de cada comercialitzadora i els factors d'impacte medi ambiental de la CNMC de 2018 per a cada comercialitzadora):</li> <li>- 0,28 kg CO<sub>2</sub>/kWh</li> <li>• Enfocament de consolidació per a les emissions: control operacional.</li> </ul>

Indicador	Abast	Mètode de càlcul i comentaris
Altres emissions indirectes de GEI (abast 3) (GRI 305-3)	Grup EROSKI	<ul style="list-style-type: none"> <li>Factor d'emissió de CO2 per al dièsel en transport (font: norma EN 16258 segons es recull a la <i>Guía de cálculo de la huella de carbono del transporte de mercancías por carretera 2017</i>. AECOC, 2018): - 3,24 kg CO2eq/l de dièsel (bresso-tomba). Per al factor "del pou al tanc" es resten els 2,67 kg CO2/l de dièsel d'emissió directa.</li> <li>Factor d'emissió de CO2 dels viatges en avió: s'ha estimat en funció de les emissions de 2017 calculades amb la calculadora ICAO.</li> <li>Per a les emissions de CO2 per consum d'aigua s'ha utilitzat el factor 0,298 kg CO2/m3, que prové de l'anàlisi de cicle de vida del procés Tap water {Europe without Switzerland}   tap water production, conventional treatment de la base de dades Ecoinvent a SIMAPRO.</li> <li>Per a les emissions de CO2 per consum de paper s'han utilitzat els següents factors, segons els processos indicats de la base de dades Ecoinvent a SIMAPRO: <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Paper material oficina:</b> 1,095 kg CO2eq/kg (Paper, woodfree, uncoated {RER}   market for   Cut-off, S)</li> <li><b>Fullet de publicitat:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Paper estucat lleuger i paper setinat: 1,108 kg CO2 eq/kg (Paper, wood-free, coated {RER}   market for   Cut-off, S)</li> <li>Paper offset reciclat: 1,157 kg CO2 eq/kg (Adaptació de Paper, wood-free, uncoated {RER}   paper production, woodfree, uncoated, at non-integrated mill   Cut-off, U)</li> <li>Papet impressió: 0,788 kg CO2 eq/kg (Adaptació de Sulfate pulp {RER}   production, elementary chlorine free bleached   Cut-off)</li> </ul> </li> <li><b>Revistes:</b> 2,328 kg CO2eq/kg (Printed paper, offset {CH}   offset printing, per kg printed paper   Cut-off, U)</li> </ul> </li> </ul>
Intensitat de les emissions de GEI (GRI 305-4)	Vegeu l'abast de les emissions directes i indirectes de GEI (abast 1, 2 i 3)	Indicadors emprats per calcular el consum relatiu d'energia a l'organització: <ul style="list-style-type: none"> <li>Superfície comercial: 1.298.274 m2 (el 31 de gener de al 2019)</li> <li>Vendes netes: 4.698.000 d'euros</li> </ul>
Residus (GRI 306-1, 306-2)	Grup EROSKI	Els residus generats per EROSKI que es presenten en aquesta memòria són els tractats per gestors especialitzats, seleccionats amb el criteri que el reciclatge i la valorització siguin els tractaments aplicats en la majoria dels casos. No es disposa de la informació sobre els residus sòlids urbans recollits pels serveis municipals. CAPRABO gestiona, en general, els seus residus orgànics a través dels serveis municipals de residus, excepte a les botigues de Navarra, on sí que disposa del servei de logística inversa. Les dades corresponents a aquesta comunitat autònoma també s'inclouen en aquesta memòria.
Aliments donats a través del programa "Malbaratament zero"	Grup EROSKI	Les dades corresponen a l'any natural 2018. S'ha utilitzat una conversió d'1 euro = 1 kg per al càlcul en tones.
Lectors de la revista EROSKI CONSUMER	Tirada completa de la revista	S'ha estimat una mitjana de 2,5 lectors per revista, amb una tirada mensual de 111.680 exemplars.

## Mecanismes formals de queixa i reclamació

Hi ha diferents canals a través dels quals es poden remetre queixes o reclamacions a EROSKI en relació amb les tres dimensions de la sostenibilitat. En concret:

### Reclamacions, queixes i suggeriments del client

Podem adreçar-vos al telèfon d'atenció al client d'EROSKI 944 943 444, de dilluns a dissabte de 9:00 a 22:00 h o emplenar el formulari disponible a [www.eroski.es/contacto](http://www.eroski.es/contacto). En cas de voler contactar amb CAPRABO, podeu fer-ho a través del telèfon 932 616 060 en el mateix horari, o entrar a la pàgina web: [www.miclubCAPRABO.com/atencion-cliente](http://www.miclubCAPRABO.com/atencion-cliente)

FORUM SPORT disposa del telèfon 944 286 618, amb el mateix horari, i de l'adreça de correu electrònic: [forumsport@forumsport.es](mailto:forumsport@forumsport.es). En qualsevol d'aquests canals es registra la queixa o reclamació, que es gestiona amb els responsables corresponents dins de l'organització per oferir una solució o compensació al més aviat possible.

### Reclamacions relacionades amb compliment contractual o legal

Les notificacions i els requeriments relacionats amb l'incompliment regulador o contractual es remeten al centre o l'àrea corresponent o directament al Departament Jurídic d'EROSKI. En aquest últim cas, en funció de la matèria de què es tracti, el Departament Jurídic deriva a l'àrea de gestió corresponent l'escrit per demanar resposta. A partir d'aquesta, el Departament Jurídic redacta l'escrit de contestació seguint la Llei de procediment administratiu comú. A més, si cal, es posarien en marxa les accions destinades a esmenar l'incompliment que va originar la reclamació.

### Reclamacions o queixes de persones treballadores

Per queixes o reclamacions relacionades amb gestions administratives o pròpies del lloc, podeu adreçar-vos al Departament Social a través del cap, del Regional de Persones o contactant amb el responsable d'Administració de Persones. Per a denúncies relacionades amb l'incompliment del Codi de Conducta corporatiu o del

Pla de Riscos Penals, disposem d'un telèfon de contacte 946 211 234, una adreça electrònica ([canaldenuncia@eroski.es](mailto:canaldenuncia@eroski.es)) i un formulari per fer-hi lliurament físic.

El responsable de l'Oficina de Compliment reporta al Comitè d'Auditoria i Compliment del Consell Rector les denúncies rebudes a través del canal de denúncia i de l'Àrea Social. El Comitè d'Auditoria supervisa el funcionament dels procediments establerts en la recepció de les consultes i notificacions, i valida la resposta donada. A més, comptem amb un protocol específic per al tractament dels casos d'assetjament sexual i per raó de sexe al lloc de treball. Aquest s'inicia per la sol·licitud d'intervenció de la víctima a través del cap o Regional de Persones, o d'algun dels membres del Consell Social. Es constitueix una comissió instructora, que obre el corresponent expedient d'investigació confidencial. Un cop finalitzat, la comissió instructora emet un informe de conclusions, que es remet a la Direcció de Persones perquè adopti les mesures proposades que consideri oportunes.

### Servei d'atenció a proveïdors

El Servei d'Atenció a Proveïdors (SIP) aporta suport en matèria comptable i financera, és a dir, informa sobre la situació de les seves factures, venciments, pagaments o els càrrecs emesos per EROSKI. En el cas que les empreses proveïdores utilitzin aquest canal per traslladar dubtes o problemes en relació amb altres temes, se'ls redirigeix a les persones o departaments corresponents. Aquest servei també resol dubtes de gestors comercials que puguin tenir alguna incidència amb algun proveïdor o que puguin requerir alguna informació sobre l'estat del compte.

Les empreses proveïdores contacten amb el SIP per telèfon (de 8:30 a 13:30 i de 15:00 a 16:00) o bé per correu electrònic. La bústia electrònica es revisa i gestiona amb una demora de no més de dos dies, en funció de les èpoques (dies previs a pagaments, per exemple). A més, els proveïdors es poden adherir de forma gratuïta a la pàgina web que tenen a la seva disposició, a través de la qual poden accedir a la situació de les factures, els càrrecs, etc. Per valorar l'eficàcia del servei, s'elaboren estadístiques del nombre de trucades rebudes per període i franja, trucades ateses, no ateses i rebudes en franges horàries sense atenció. A més, es controla el nombre de missatges electrònics rebuts i les dates d'aquests per no incórrer en demores amb els proveïdors.

# Índex de continguts GRI (102-55)

Tema material

## Estàndards universals

### GRI 102: Continguts Generals

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions
<b>1. Perfil de l'organització</b>			
102-1	Nom de l'organització	10	
102-2	Activitats, marques, productes i serveis	10, 11, 34,	
102-3	Ubicació de la seu		Barri San Agustín, s/n. 48230. Elorrio, Biscaia
102-4	Ubicació de les operacions	34, 186	
102-5	Propietat i forma jurídica	10	
102-6	Mercats servits	11	
102-7	Mida de l'organització	10, 24, 35	
102-8	Informació sobre empleats i altres treballadors	67, 152, 182, 188- 190	
102-9	Cadena de subministrament	97, 194	
			Dades 2017:
102-10	Canvis significatius en l'organització i la seva cadena de subministrament	37, 97	Propis d'EROSKI: 1 hipermercat 4 supermercats 1 gasolineres 1 agència de viatges 7 botigues de material esportiu Franquícies d'EROSKI: 1 hipermercat 46 supermercats
102-11	Principi o enfocament de precaució	47, 48, 111	
102-12	Iniciatives externes	28	
102-13	Afiliació a associacions	22	
<b>2. Estratègia</b>			
102-14	Declaració d'alts executius responsables de la presa de decisions	4	
102-15	Principals impactes, riscos i oportunitats		Informació confidencial. El mapa de riscos i impactes s'ha revisat al llarg de 2018
<b>3. Ètica</b>			
102-16	Valors, principis, estàndards i normes de conducta	12, 182, 184	
<b>4. Governança</b>			
102-18	Estructura de Governança	14-17	
102-19	Delegació d'autoritat	14	
102-20	Responsabilitat a nivell executiu de temes econòmics, ambientals i socials	14	
102-21	Consulta de grups d'interès sobre temes econòmics, ambientals i socials	41, 184	
102-22	Composició del màxim òrgan de govern i els seus comitès	14-17, 184	
102-23	President del màxim òrgan de govern	14, 184	



Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions
102-24	Nominació i selecció del màxim òrgan de govern	14	
102-25	Conflicte d'interès	21, 184	
102-26	Funció del màxim òrgan de govern en la selecció d'objectius, valors i estratègia	14, 15	
102-27	Coneixements col·lectius del màxim òrgan de govern	14, 183	
102-28	Avaluació de l'acompliment del màxim òrgan de govern	14-17	
102-29	Identificació i gestió dels impactes econòmics, ambientals i socials	14, 184	
102-30	Eficàcia dels processos de gestió del risc	19	
102-31	Avaluació de temes econòmics, ambientals i socials	18	
102-32	Funció del màxim òrgan de govern en l'elaboració d'informes de sostenibilitat		Aquesta memòria com a estat d'informació no financera ha estat aprovada pel Consell Rector durant la formulació dels comptes anuals i per l'Assemblea General d'EROSKI. També el Consell d'Administració de Vegalsa aprova la formulació de comptes anuals amb l'estat d'informació no financera.
102-33	Comunicació de preocupacions crítiques	14-17	
102-34	Naturalesa i nombre de total de preocupacions crítiques		Informació confidencial. Les preocupacions crítiques notificades al Consell Rector es registren a les actes de les sessions corresponents i no es publiquen fora de l'organització.
102-35	Polítiques de remuneració	74, 152	
102-36	Procés per determinar la remuneració	74, 152	
102-37	Involucració dels grups d'interès en la remuneració	74, 152, 184	
102-38	Ràtio de compensació total anual	74, 152	
102-39	Ràtio de l'increment percentual de la compensació total anual	74, 152	
<b>5. Participació grups d'interès</b>			
102-40	Llista dels grups d'interès	144	
102-41	Acords de negociació col·lectiva	67, 182, 183	
102-42	Identificació i selecció de grups d'interès	144	
102-43	Enfocament per a la participació dels grups d'interès	144-145	
102-44	Temes i preocupacions clau esmentats	144-145	
<b>6. Pràctiques per a l'elaboració d'informes</b>			
102-45	Entitats incloses en estats financers consolidats	146	
102-46	Definició dels continguts dels informes i les cobertures del tema	146, 150, 152	
102-47	Llista dels temes materials	148-151	

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions
102-48	Reexpressió de la informació	146	S'han modificat, per facilitar la comparació amb anys anteriors, les dades de 2017 publicats a la memòria anterior per als aspectes següents: <ul style="list-style-type: none"> <li>Consum energètic (dièsel) en transport i les corresponents emissions de gasos amb efecte d'hivernacle, ja que hem pogut ampliar l'abast a VEGALSA-EROSKI i gasolineres.</li> <li>Consum de refrigerants i els seus corresponents gasos amb efecte d'hivernacle, ja que hem pogut ampliar l'abast a plataformes, CAPRABO i VEGALSA.</li> <li>Emissions totals d'abast 3 per incloure emissions també per consum d'aigua i paper.</li> </ul>
102-49	Canvis en l'elaboració d'informes	148	Als temes econòmics, s'hi inclouen com a nous temes materials la presència al mercat (deriva, en part, del tema material anterior: preus competitiu i sostenibles), les pràctiques d'adquisició (a l'exercici anterior s'anomenava compra local), l'avaluació social i ambiental de proveïdors, i l'avaluació de drets humans. Deixen de ser materials els impactes econòmics indirectes. Als temes ambientals, s'hi inclouen com a nou tema material els materials (el 2017 eren envasos i embalatges, i ecodisseny de productes i envasos). Deixa de ser-ho la biodiversitat. Als temes socials, l'accessibilitat, la protecció de dades de caràcter personal (el 2017 s'inclouïa dins de la gestió de clients) i la traçabilitat del producte passen a ser temes materials. Els productes més saludables, reportats el 2017, s'integren dins de salut dels clients, i la formació a les persones consumidores i els productes adaptats a dietes especials deixen de ser materials.
102-50	Període objecte de l'informe		Exercici 2018: 1 de febrer 2018 a 31 de gener 2019
102-51	Data de l'últim informe		28 de juny de 2018, corresponent a l'exercici 2017
102-52	Cicle d'elaboració d'informes		Anual
102-53	Punt de contacte per a preguntes sobre l'informe		sostenibilidad@EROSKI.es
102-54	Declaració d'elaboració de l'informe de conformitat amb els estàndards GRI		Aquest informe s'ha elaborat de conformitat amb els estàndards GRI en l'opció essencial.
102-55	Índex de continguts GRI	157	
102-56	Verificació externa	102, 104	

## Estàndards temàtics

### GRI 200: Temes econòmics

#### GRI 201: Acompliment econòmic

103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	146, 150-152	
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	24-25, 146	
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	24-25	
201-1	Valor econòmic directe generat i distribuït	24-25, 83, 184	Els comptes anuals consolidats del Grup EROSKI estan disponibles al web <a href="http://www.cnmv.es">www.cnmv.es</a> .
201-3	Obligacions del pla de beneficis definits i altres plans de jubilació		Alguns socis i sòcies de treball d'EROSKI S. Coop. fan aportacions a un pla de previsió social de Lagun Aro en funció de l'avançament de consum brut. El percentatge aportat és variable. A més, treballadors de CECOSA Supermercats i Picabo aporten 300.000 euros anuals a plans d'aportació definida.

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions
201-4	Assistència financera rebuda del govern	24-25	
<b>GRI 202: Presència en el mercat</b>			
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	150-151	
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	74-75	
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	74-75	
202-1	Ràtio del sou de categoria inicial estàndard per sexe enfront del sou mínim local	74-75, 152	EROSKI S. Coop.: La diferència entre el salari mínim inter-professional de 2018 (10.302 €) i l'avançament de consum comparable amb el mercat de l'ocupació menor retribuïda de la cooperativa (15.768 €) és del 53%. Resta de societats: La diferència del salari base del conveni de supermercats EROSKI (13.414 €) i el salari mínim interprofessional és del 30%.
202-2	Proporció d'alts directius contractats de la comunitat local		Informació no disponible. No es registra el lloc de residència dels treballadors abans de ser contractats per EROSKI, sinó el lloc de residència en el temps de durada del contracte.
<b>GRI 203: Impactes econòmics indirectes</b>			
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	24-25	
203-1	Inversions en infraestructures i serveis prestats	24-25	
203-2	Impactes econòmics indirectes significatius	24-25	
<b>GRI 204: Pràctiques d'adquisició</b>			
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	150-151	
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	97-98	
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	97-98	
204-1	Proporció de despesa en proveïdors locals	97, 103	EROSKI considera proveïdors locals els proveïdors que tenen l'adreça en aquesta comunitat autònoma i que han subministrat l'any 2018 referències de productes regionals o locals. Aquestes referències són les comercialitzades únicament en aquesta comunitat autònoma (consum de proximitat). Les localitzacions amb operacions significatives són en les quals hi ha botigues del Grup EROSKI, és a dir, on desenvolupem la nostra activitat comercial.
<b>GRI 205: Anticorrupció</b>			
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	150-151	
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	18	El Pla de Prevenció de Riscos Penals abasta el Grup EROSKI, excepte Vegalsa, que en té un de propi, i FORUM SPORT i Viatges EROSKI, als quals s'estendrà el pla l'any 2019.
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	18	

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions
205-1	Operacions avaluades per a riscos relacionats amb la corrupció		S'han analitzat totes les operacions del Grup EROSKI en elaborar el Pla de Riscos Penals, excepte Vegalsa, que en té un de propi, i FORUM SPORT i Viatges EROSKI, als quals s'estendrà el pla l'any 2019. Els riscos de corrupció identificats estan relacionats amb els processos de selecció i contractació de proveïdors, contractistes, socis comercials o col·laboradors externs; les relacions comercials que impliquen proveïdors i competidors en defensa de la lliure competència als mercats on el GRUP EROSKI és present; el lliurament, la recepció o la promesa de pagaments, obsequis o atencions indegudes a qualsevol persona o entitat, pública o privada, amb la intenció d'obtenir o mantenir negocis o altres beneficis o avantatges.
205-2	Comunicació i formació sobre polítiques i procediments anticorrupció		L'any 2018 s'ha comunicat a tot el personal del Grup EROSKI el Pla de Prevenció de Riscos Penals, el canal de denúncia i l'existència de l'Òrgan de Control i Compliment. El 2019 es realitzarà la formació concreta.
205-3	Casos de corrupció confirmats i mesures preses		No s'ha identificat cap cas de corrupció el 2018.
<b>GRI 300 Temes ambientals,</b>			
<b>GRI 301: Materials</b>			
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	150-151	
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	110-112	
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	110-112	
301-1	Materials utilitzats per pes o volum	112, 115, 183-184, 195-196	Les dades de materials d'envasos i productes inclosos a la memòria corresponen únicament als materials declarats als Sistemes Col·lectius de Responsabilitat Ampliada de Productor (ECOEMBES, ECOTIC, ECOPILAS, SIGAUS i AMBILAMP). No es disposa d'informació centralitzada sobre la quantitat i el tipus de materials emprats als més de 107.000 articles diferents comercialitzats que inclouen també marques de fabricant. De tota manera, s'està treballant per recopilar els detalls de materials d'envasos de marca pròpia i proporcionar aquesta informació en futures memòries.
301-2	Entrades reciclades		Alguns dels nostres envasos de productes de marca EROSKI contenen materials reciclats (safates carn i peix, oueres, etc.). Malgrat tot, no es disposa d'informació centralitzada sobre la quantitat i el tipus de materials emprats als més de 107.000 articles diferents comercialitzats que inclouen també marques de fabricant. De tota manera, s'està treballant per recopilar en els nostres sistemes els detalls de materials d'envasos de marca pròpia i proporcionar aquesta informació a futures memòries.
301-3	Productes reutilitzats i materials d'envasament	112, 152, 183, 196	
<b>GRI 302: Energia</b>			
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	150-151	
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	110-112	
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	110-112	
302-1	Consum energètic dintre de l'organització	113, 152, 183, 184, 196	

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions
302-2	Consum energètic fora de l'organització	113,152, 183-184	
302-3	Intensitat energètica	113, 153, 183, 197	
302-4	Reducció del consum energètic	113, 152, 183-184	
<b>GRI 303: Aigua</b>			
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	110-112	
303-1	Extracció d'aigua per font	110-112, 198	
303-2	Fonts d'aigua significativament afectades per l'extracció d'aigua		No hi ha constància de cap font significativament afectada per l'extracció d'aigua per al consum d'EROSKI.
303-3	Aigua reciclada i reutilitzada		No es recicla ni reutilitza aigua a l'organització.
<b>GRI 304: Biodiversitat</b>			
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	111, 115, 116, 121-122	
304-1	Centres d'operacions en propietat, arrendats o gestionats ubicats dins o al costat d'àrees protegides o zones de gran valor per a la biodiversitat fora d'àrees protegides	116, 183	
304-2	Impactes significatius de les activitats, els productes i els serveis en la biodiversitat		No es disposa d'aquesta informació més enllà dels productes amb segell de sostenibilitat ambiental.
304-3	Hàbitats protegits o restaurats		No s'ha restaurat ni protegit cap hàbitat en relació amb la nostra activitat.
304-4	Espècies que apareixen en la Llista Vermella de la UICN i en llistats nacionals de conservació els hàbitats de les quals es trobin en àrees afectades per les operacions		S'està treballant per aportar informació sobre aquest indicador en properes memòries.
<b>GRI 305: Emissions</b>			
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	150-151	
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	111-115	
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	111-115	
305-1	Emissions directes de GEH (Abast 1)	115, 117, 153, 183-184, 199	
305-2	Emissions indirectes de GEH en generar energia (Abast 2)	117, 153, 183-184, 199	
305-3	Altres emissions indirectes de GEH (Abast 3)	111-113, 199	
305-4	Intensitat de les emissions de GEH	111-113, 200	
305-5	Reducció de les emissions de GEH	117, 154, 183-184, 200	
305-6	Emissions de substàncies que exhaureixen la capa d'ozó (SAO)	117, 183-184	

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions
<b>GRI 306: Efluents i residus</b>			
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	150-151	
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	111-115	
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	111-115	
306-1	Abocament total d'aigües en funció de la seva qualitat i destinació	115, 150, 154, 183, 184	
306-2	Residus per tipus i mètode de tractament	114, 150, 154, 183, 184, 197, 198	Els residus recollits de clients en relació amb l'oli usat corresponen únicament a Vegalsa-EROSKI. Els residus de càpsules de cafè corresponen a les 15 botigues pilot al País Basc i les Balears.
306-3	Vessaments significatius	115, 183-184	Durant 2018 no s'han produït vessaments significatius.
306-4	Transport de residus perillosos	183-184	El transport i la gestió dels residus perillosos es realitza a través de gestors autoritzats. EROSKI no importa ni exporta directament residus perillosos a l'estranger.
306-5	Cossos d'aigua afectats per vessaments d'aigua	183-184	No hi ha constància d'abocaments que representin un cinc per cent o més del volum mitjà anual del cos d'aigua o que corresponguin a àrees especialment sensibles o protegides.
<b>GRI 307: Compliment ambiental</b>			
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	150-151	
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	111-112	
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	111-112	
307-1	Incompliment de la legislació i normativa ambiental		No hi ha constància de multes ni sancions no monetàries significatives per l'incompliment de les lleis o normatives en matèria de medi ambient l'any 2018. Es consideren sancions significatives les qualificades com a molt greus per l'Administració que emet la sanció.
<b>GRI 308: Avaluació ambiental de proveïdors</b>			
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	150-151	
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	94-95	
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	94-95, 122	
308-1	Nous proveïdors que han passat filtres d'avaluació i selecció d'acord amb els criteris ambientals	120	Hi ha 86 proveïdors de productes EROSKI Natur i ecològics que han hagut de complir criteris ambientals a l'hora de ser seleccionats. Suposen un 4% del total de proveïdors comercials.
<b>GRI 400: Temes socials</b>			
<b>GRI 401: Ocupació</b>			
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	150-151	
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	64-66	L'organització del temps de feina varia segons l'activitat desenvolupada i la localització de la feina (seu, botiga, plataforma, etc.). En tots els casos se segueix el que estipula la normativa (Estatut dels Treballadors, Conveni Col·lectiu, Reglament de Règim Intern d'EROSKI S.Coop.).
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	64-66	

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions
401-1	Noves contractacions d'empleats i rotació de personal	67-68, 183-184, 190	
401-2	Beneficis per als empleats a temps complet que no es donen als empleats a temps parcial o temporals		No hi ha diferència en els beneficis oferts als treballadors en funció del tipus de jornada.
401-3	Permís parental	79	
<b>GRI 402: Relacions treballador-empresa</b>			
103-2	L'enfocament de la gestió i els seus components	64-66	
402-1	Terminis d'avís mínims sobre canvis operacionals		El procés de diàleg social amb les persones treballadores no sòcies cooperativistes és el que marca l'Estatut dels Treballadors per negociar convenis col·lectius, possibles ERO, etc. En el cas de les Sòcies i Socis Treballadors, el model de comunicació s'estableix als Estatuts Socials i el Reglament de Règim Intern, tal com es presenta al Capítol 1, apartat "Model de gestió". No hi ha un període de temps fix general especificat per a notificacions en cas de canvis operacionals, ja que aquest depèn del tipus de canvi que es produeixi. Però, en general, el temps de preavís és raonable i suficient.
<b>GRI 403: Salut i seguretat en el treball</b>			
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	150-151	
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	80	
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	80	
403-1	Representació dels treballadors en comitès formals treballador-empresa de salut i seguretat	80	
403-2	Tipus d'accidents i taxes de freqüència d'accidents, malalties professionals, dies perduts, absentisme i nombre de morts per accident laboral o malaltia professional	81, 152, 191, 192	Taxa de dies perduts: omisió. Informació no disponible. No és possible calcular la taxa de dies perduts perquè no es comptabilitzen separatament les hores d'absència per malaltia comuna i malaltia professional.
403-3	Treballadors amb una alta incidència o un alt risc de malalties relacionades amb la seva activitat		
403-4	Temes de salut i seguretat tractats en acords formals amb sindicats	80	
<b>GRI 404: Formació i ensenyament</b>			
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	150-151	
404-1	Mitjana d'hores de formació a l'any per empleat	84-86, 152, 183, 192	
404-2	Programes per millorar les aptituds dels empleats i programes d'ajuda a la transició	84,86, 183	
404-3	Percentatge d'empleats que reben avaluacions periòdiques de l'acompliment i el desenvolupament professional	84-86	

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions
<b>GRI 405: Diversitat o igualtat d'oportunitats</b>			
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	150-151	
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	64-66, 74	
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	64-66, 74	Els nostres establiments compleixen la legalitat en relació amb els criteris d'accessibilitat. Tots els projectes d'obertura i reforma són aprovats per l'autoritat competent que ho comprova. A més, el nostre model considera algunes millores per a les persones amb mobilitat reduïda: balances més baixes per a fruita, taulells d'informació amb rebaix d'alçada i carros especials per a minusvàlids.
405-1	Diversitat en òrgans de govern i empleats	76, 152, 183, 192	No hi ha persones amb capacitats diferents ni diversitat funcional al Consell Rector (òrgan superior de govern) ni al Consell de Direcció.
405-2	Ratio del salari base i de la remuneració de dones enfront d'homes	74-75, 152	Tots els treballadors directes d'EROSKI operen a Espanya.
<b>GRI 406: No discriminació</b>			
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	150-151	
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	64-66, 74	
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	74	
406-1	Casos de discriminació i accions correctives empreses		No s'han registrat casos de discriminació l'any 2018 a l'organització. El 100% dels nostres proveïdors ha d'acceptar els requeriments de la Organització Internacional de Treball per mantenir una relació comercial amb EROSKI. Realitzem, mitjançant la nostra central de compres a Àsia, auditories de control als proveïdors. L'any 2018 disposem de dades de 26 auditories a la Xina i Bangladesh. S'hi ha comprovat que compleixen els estàndards BSCI o SMETA.
<b>GRI 407: Llibertat d'associació i convenis col·lectius</b>			
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	64-66, 74	
407-1	Operacions i proveïdors el dret a la llibertat d'associació i negociació col·lectiva dels quals podria estar en risc		El 100% dels nostres proveïdors ha d'acceptar els requeriments de la Organització Internacional de Treball per mantenir una relació comercial amb EROSKI. Realitzem, mitjançant la nostra central de compres a Àsia, auditories de control als proveïdors. L'any 2018 disposem de dades de 26 auditories a la Xina i Bangladesh. S'hi ha comprovat que compleixen els estàndards BSCI o SMETA.
<b>GRI 408: Treball infantil</b>			
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	64-66, 74	
408-1	Operacions i proveïdors amb risc significatiu de casos de treball infantil		El 100% dels nostres proveïdors ha d'acceptar els requeriments de la Organització Internacional de Treball per mantenir una relació comercial amb EROSKI. Realitzem, mitjançant la nostra central de compres a Àsia, auditories de control als proveïdors. L'any 2018 disposem de dades de 26 auditories a la Xina i Bangladesh. S'hi ha comprovat que compleixen els estàndards BSCI o SMETA.
<b>GRI 409: Treball forçós o obligatori</b>			
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	64-66, 74	

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions
409-1	Operacions i proveïdors amb risc significatiu de casos de treball forçós o obligatori		El 100% dels nostres proveïdors ha d'acceptar els requeriments de la Organització Internacional de Treball per mantenir una relació comercial amb EROSKI. Realitzem, mitjançant la nostra central de compres a Àsia, auditories de control als proveïdors. L'any 2018 disposem de dades de 26 auditories a la Xina i Bangladesh. S'hi ha comprovat que compleixen els estàndards BSCI o SMETA.
<b>GRI 410: Pràctiques en matèria de seguretat</b>			
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	64-66, 74	
410-1	Personal de seguretat capacitat en polítiques o procediments de drets humans		El servei de seguretat està subcontractat. Es desconeix la formació en matèria de drets humans rebuda pel personal de seguretat.
<b>GRI 411: Drets dels pobles indígenes</b>			
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	64-66, 74	
411-1	Casos de violacions dels drets dels pobles indígenes		No hi ha constància de violació de drets dels pobles indígenes per part d'una empresa proveïdora d'EROSKI l'any 2018. El 100% dels nostres proveïdors ha d'acceptar els requeriments de la Organització Internacional de Treball per mantenir una relació comercial amb EROSKI. Realitzem, mitjançant la nostra central de compres a Àsia, auditories de control als proveïdors. L'any 2018 disposem de dades de 26 auditories a la Xina i Bangladesh. S'hi ha comprovat que compleixen els estàndards BSCI o SMETA.
<b>GRI 412: Avaluació dels drets humans</b>			
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	150-151	
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	64-66, 74	
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	64-66, 74	
412-1	Operacions sotmeses a revisions o avaluacions d'impacte sobre els drets humans		El 100% dels nostres proveïdors ha d'acceptar els requeriments de la Organització Internacional de Treball per mantenir una relació comercial amb EROSKI. Realitzem, mitjançant la nostra central de compres a Àsia, auditories de control als proveïdors. L'any 2018 disposem de dades de 26 auditories a la Xina i Bangladesh. S'hi ha comprovat que compleixen els estàndards BSCI o SMETA.
412-3	Acords i contractes d'inversió significatius amb clàusules sobre drets humans o sotmesos a avaluació de drets humans		El 100% dels nostres proveïdors ha d'acceptar els requeriments de la Organització Internacional de Treball per mantenir una relació comercial amb EROSKI.
<b>GRI 413: Comunitats locals</b>			
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	150-150	
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	54, 56, 60, 134	
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	54, 56, 60, 134	
413-1	Operacions amb participació de la comunitat local, avaluacions de l'impacte i programes de desenvolupament	54, 56, 60, 64, 134-135	
413-2	Operacions amb impactes negatius significatius -reals o potencials- a les comunitats locals	24-25	

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions
<b>GRI 414: Avaluació social dels proveïdors</b>			
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	150-151	
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	65	
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	65, 68	
414-1	Nous proveïdors que han passat filtres de selecció d'acord amb els criteris socials	65, 98, 182-183	El 100% dels nostres proveïdors ha d'acceptar els requeriments de la Organització Internacional de Treball per mantenir una relació comercial amb EROSKI. Realitzem, mitjançant la nostra central de compres a Àsia, auditories de control als proveïdors. L'any 2018 disposem de dades de 26 auditories a la Xina i Bangladesh. S'hi ha comprovat que compleixen els estàndards BSCI o SMETA.
414-2	Impactes socials negatius de la cadena de subministrament i mesures preses		Realitzem, mitjançant la nostra central de compres a Àsia, auditories de control als proveïdors. L'any 2018 disposem de dades de 26 auditories a la Xina i Bangladesh. S'hi ha comprovat que compleixen els estàndards BSCI o SMETA.
<b>GRI 415: Política pública</b>			
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	14	
415-1	Contribució a partits i/o representants polítics		No s'ha realitzat cap contribució econòmica a un partit polític l'any 2018.
<b>GRI 416: Salut i seguretat dels clients</b>			
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	150-151	
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	47-51	
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	47-50	
416-1	Avaluació dels impactes en la salut i seguretat de les categories de productes o serveis	47-51	
416-2	Casos d'incompliment relatiu als impactes en la salut i seguretat de les categories de productes i serveis	47-51	No hi ha hagut multes ni sancions no monetàries significatives per l'incompliment de les lleis o normatives en matèria de consum l'any 2018. Es consideren multes significatives les qualificades com a "molt greus" per l'Administració que emet la sanció.
<b>GRI 417: Màrqueting i etiquetatge</b>			
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	150-151	
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	50-52	
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	50-52	
417-1	Requeriments per a la informació i l'etiquetatge de productes i serveis		EROSKI inclou en el 100% dels seus productes la informació d'etiquetatge obligatòria d'acord amb la legislació. Per exemple, en aliments inclou el llistat d'ingredients, al·lèrgens, informació nutricional, dates de consum preferent o caducitat, lot, condicions especials de conservació i utilització, si escau, etc. A més, als productes de marca pròpia hi inclou informació addicional, com ara el semàfor nutricional.
417-2	Casos d'incompliment relatiu als impactes en la salut i seguretat de les categories de productes i serveis	50-52	El 2018 hi ha hagut 3.458 reclamacions per etiquetatge incorrecte (informació confusa o incorrecta, preus, altres), que són un 8,59% del total de reclamacions rebudes. No hi ha hagut multes ni sancions no monetàries significatives per l'incompliment de les lleis o normatives en matèria de consum l'any 2018. Es consideren multes significatives les qualificades com a molt greus per l'Administració que emet la sanció.

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions
417-3	Casos d'incompliments relacionats amb comunicacions de màrqueting		El 2018 hi ha hagut 2.372 reclamacions per comunicacions de màrqueting (ofertes, promocions), que suposen un 5,89% del total de les reclamacions rebudes.
<b>GRI 418: Privacitat del client</b>			
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	150-151	
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	20	
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	20	
418-1	Reclamacions fonamentades relatives a violacions de la privacitat del client i pèrdua de dades del client		No hi ha hagut cap fuga de dades de clients durant l'exercici.
<b>GRI 419: Compliment socioeconòmic</b>			
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	150-151	
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	18-21	
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	18-21	
419-1	Incompliment de les lleis i normatives en els àmbits social i econòmic		No hi ha hagut multes ni sancions no monetàries significatives per l'incompliment de les lleis o normatives en matèria socioeconòmica en 2018. Es consideren multes significatives les qualificades com a "molt greus" per l'Administració que emet la sanció

# Índex de continguts de la Llei 11/2018 d'informació no financera i diversitat

	Estàndard utilitzat	Pàgina/Resposta Directa
<b>Model de negoci</b>		
<b>Descripció del modelo de negoci del grup</b>	GRI 102-2 Activitats, marques, productes i serveis	Respost a la taula GRI
	GRI 102-4 Ubicació de les operacions	Respost a la taula GRI
	GRI 102-6 Mercats servits	Respost a la taula GRI
	GRI 102-15 Principals impactes, riscos i oportunitats	Respost a la taula GRI
	GRI 102-7 Mida de l'organització	Respost a la taula GRI
	GRI 102-45 Entitats incloses en estats financers consolidats	Respost a la taula GRI
<b>Informació sobre qüestions mediambientals</b>		
<b>Polítiques</b>	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components	Respost a la taula GRI
	GRI 103-3 Avaluació de l'enfocament de gestió	Respost a la taula GRI
<b>Riscos principals</b>	GRI 102-15 Principals impactes, riscos i oportunitats	Respost a la taula GRI
	GRI 102-11 Principi o enfocament de precaució	Respost a la taula GRI
	GRI 102-30 Eficàcia dels processos de gestió del risc	Respost a la taula GRI
	GRI 201-2 Implicacions financeres i altres riscos i oportunitats del canvi climàtic	No disponem de un anàlisis actualment. Se realitzarà a lo largo de 2019.
	GRI 102-15 Principals impactes, riscos i oportunitats	Respost a la taula GRI
<b>General</b>	GRI 102-29 Identificació i gestió dels impactes econòmics, ambientals i socials	Respost a la taula GRI
	GRI 102-31 Avaluació de temes econòmics, ambientals i socials	Respost a la taula GRI
	GRI 102-11 Principi o enfocament de precaució	Respost a la taula GRI
	GRI 102-30 Eficàcia dels processos de gestió del risc	Respost a la taula GRI
	GRI 102-29 Identificació i gestió dels impactes econòmics, ambientals i socials	Respost a la taula GRI
	GRI 102-11 Principi o enfocament de precaució	Respost a la taula GRI
	GRI 307-1 Incompliment de la legislació i normativa Ambiental (CCAA)	Respost a la taula GRI
<b>Contaminació</b>	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components	Respost a la taula GRI
	GRI 302-4 Reducció del consum energètic	Respost a la taula GRI
	GRI 302-5 Reduccions en els requeriments energètics dels productes i serveis	Respost a la taula GRI
	GRI 305-5 Reducció de les emissions de GEH	Respost a la taula GRI
	GRI 305-7 NOx, SOx i altres emissions atmosfèriques significatives	
	Soroll i contaminació lumínica	121

Economia circular i prevenció i gestió de residus	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components	Respost a la taula GRI	
	GRI 301-1 Materials utilitzats per pes o volum	Respost a la taula GRI	
	GRI 301-2 Entrades reciclades	Respost a la taula GRI	
	GRI 301-3 Productes reutilitzats i materials d'envasament	Respost a la taula GRI	
	GRI 303-3 Aigua reciclada i reutilitzada	Respost a la taula GRI	
	GRI 306-1 Abocament total d'aigües en funció de la seva qualitat i destinació	Respost a la taula GRI	
	GRI 306-2 Residus per tipus i mètode de tractament	Respost a la taula GRI	
	GRI 306-3 Vessaments significatius	Respost a la taula GRI	
Ús sostenible dels recursos	Materials 301	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components (amb visió als GRI 300)	Respost a la taula GRI
		GRI 301-1 Materials utilitzats per pes o volum	Respost a la taula GRI
		GRI 301-2 Entrades reciclades	Respost a la taula GRI
		GRI 301-3 Productes reutilitzats i materials d'envasament	Respost a la taula GRI
	Energia 302	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components (GRI 302 Energia)	Respost a la taula GRI
		GRI 302-1 Consum energètic dintre de l'organització (energia de fonts renovables i no renovables)	Respost a la taula GRI
		GRI 302-2 Consum energètic fora de l'organització	Respost a la taula GRI
	Aigua 303	GRI 302-3 Intensitat energètica	Respost a la taula GRI
		GRI 303-1 Extracció d'aigua per font	Respost a la taula GRI
		GRI 303-2 Fonts d'aigua significativament afectades per l'extracció d'aigua	Respost a la taula GRI
		GRI 303-3 Aigua reciclada i reutilitzada	Respost a la taula GRI

Emissions 305	GRI 305-1 Emissions directes de GEH (Abast 1)	Respost a la taula GRI	
	GRI 305-2 Emissions indirectes de GEH en generar energia (Abast 2)	Respost a la taula GRI	
	GRI 305-3 Altres emissions indirectes de GEH (Abast 3)	Respost a la taula GRI	
	GRI 305-4 Intensitat de les emissions de GEH	Respost a la taula GRI	
Canvi climàtic	Mesures adoptades per adaptar-se a les conseqüències del canvi climàtic	GRI 102-15 Principals impactes, riscos i oportunitats	Respost a la taula GRI
		GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components	Respost a la taula GRI
		GRI 201-2 Implicacions financeres i altres riscos i oportunitats del canvi climàtic	Respost a la taula GRI
		GRI 305-5 Reducció de les emissions de GEH	Respost a la taula GRI
Objectius de reducció establerts voluntàriament a mitjà i llarg termini per reduir les emissions GEH i mitjans implementats amb aquesta finalitat		GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components	Respost a la taula GRI
Mesures preses per preservar o restaurar la biodiversitat		GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components	Respost a la taula GRI
		GRI 304-3 Hàbitats protegits o restaurats	Respost a la taula GRI
Impactes causats per les activitats o operacions en àrees protegides		GRI 304-1 Centres d'operacions en propietat, arrendats o gestionats ubicats dins o al costat d'àrees protegides o zones de gran valor per a la biodiversitat fora d'àrees protegides	Respost a la taula GRI
		GRI 304-2 Impactes significatius de les activitats, els productes i els serveis en la biodiversitat	Respost a la taula GRI
Protecció de la biodiversitat		GRI 304-4 Espècies que apareixen en la Llista Vermella de la UICN i en llistats nacionals de conservació els hàbitats de les quals es trobin en àrees afectades per les operacions	Respost a la taula GRI

**Informació sobre qüestions socials i relatives als treballadors**

Polítiques	GRI103-2 L'enfocament de gestió i els seus components	Respost a la taula GRI
	GRI 103-3 Avaluació de l'enfocament de gestió	Respost a la taula GRI
	GRI 102-35 Polítiques de remuneració	Respost a la taula GRI

Riscos principals	GRI 102-15 Principals impactes, riscos i oportunitats		Respost a la taula GRI
	GRI 102-30 Eficàcia dels processos de gestió del risc		Respost a la taula GRI
Ocupació	Nombre total i distribució de treballadors per sexe, edat, país i classificació professional	GRI 102-7 Mida de l'organització	Respost a la taula GRI
		GRI 102-8 Informació sobre empleats i altres treballadors	Respost a la taula GRI
		GRI 405-1. Diversitat en òrgans de govern i empleats	Respost a la taula GRI
	Nombre total i distribució de modalitats de contracte de treball	GRI 102-8 Informació sobre empleats i altres treballadors	Respost a la taula GRI
		No inclòs a GRI	62-67
	Mitjana anual de contractes indefinits, temporals i a temps parcial per sexe, edat i classificació professional	No inclòs a GRI	62-67
	Nombre d'acomiadaments per sexe, edat i classificació professional	GRI 401-1. b) Nombre total i taxa de rotació de persones durant el període que cobreix l'informe, grup d'edat, sexe i regió (només relatiu a acomiadaments)	Respost a la taula GRI
		No inclòs a GRI: Nombre d'acomiadaments per classificació professional	67
	Remuneracions mitjanes i la seva evolució desagregades per sexe, edat i classificació professional o igual valor	No hi ha un indicador GRI que s'hi ajusti completament: s'ha d'informar sobre la remuneració mitjana per sexe, edat i classificació professional i la seva evolució (comparació amb l'últim any). Per al càlcul, cal tenir en compte el total de percepcions salarials en diner efectiu i remuneracions en espècie, de manera que per al càlcul cal tenir en compte els beneficis als quals fa referència el GRI 401-2.	68-69
	Bretxa salarial	GRI 405-2 Ràtio del salari base i de la remuneració de dones enfront d'homes.	68-69
Remuneració de llocs de treball iguals o de mitjana de la societat	GRI 202-1 Ràtio del sou de categoria inicial estàndard per sexe enfront del sou mínim local	Respost a la taula GRI	

Remuneració mitjana dels consellers i directius, incloent-hi la retribució variable, les dietes, les indemnitzacions, el pagament als sistemes de previsió d'estalvi a llarg termini i qualsevol altra percepció desagregada per sexe	GRI 102-35 Polítiques de retribució	Respost a la taula GRI
	GRI 102-36 Procés per determinar la remuneració	Respost a la taula GRI
Implantació de mesures de desconexió laboral	GRI 201-3 Obligacions derivades de plans de beneficis socials i altres plans de jubilació	Respost a la taula GRI
	No inclòs a GRI: informació desagregada per sexe.	68-69
Treballadors amb discapacitat	No inclòs a GRI	Actulament no es disposa de cap mesura concreta per fomentar la desconexió laboral ja que no estava inclosa la seva elaboració dintre del pla de gestió. No obstant es treballarà de cara a futurs exercicis i es reportarà a l'Estat d'Informació no Financera corresponent
	GRI 405-1. b) Percentatge de treballadors per categoria laboral per cada una de les següents categories de diversitat (iii. Grups vulnerables)	Respost a la taula GRI
Organització del temps de treball	GRI 102-8. c) Nombre total de treballadors per tipus de contracte laboral (jornada completa o mitja jornada) i per sexe.	Respost a la taula GRI
	GRI 401. Enfocament de gestió 103-2.	Respost a la taula GRI
Nombre d'hores d'absentisme	GRI 403-2 Tipus d'accidents i taxes de freqüència d'accidents, malalties professionals, dies perduts, absentisme i nombre de morts per accident laboral o malaltia professional (apartat a)	Respost a la taula GRI
	GRI 401-3 Permís parental	Respost a la taula GRI
Mesures destinades a facilitar el gaudi de la conciliació i fomentar l'exercici corresponsable d'aquestes per part de tots dos progenitors.	No inclòs a GRI: enfocament de gestió sobre altres mesures de conciliació	70-73

Organització de la feina



Salut i seguretat	Condicions de salut i seguretat a la feina.	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components (GRI 403 Salut i Seguridad)	Respost a la taula GRI
	Accidents de treball (freqüència i gravetat) GRI 403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	GRI 403-2 Tipus d'accidents i taxes de freqüència d'accidents, malalties professionals, dies perduts, absentisme i nombre de morts per accident laboral o malaltia professional (apartat a)	Respost a la taula GRI
		GRI 403-3 Treballadors amb una alta incidència o un alt risc de malalties relacionades amb la seva activitat	Respost a la taula GRI
	Malalties professionals (freqüència i gravetat)	GRI 403-2 Tipus d'accidents i taxes de freqüència d'accidents, malalties professionals, dies perduts, absentisme i nombre de morts per accident laboral o malaltia professional (apartat a)	Respost a la taula GRI
		GRI 403-3 Treballadors amb una alta incidència o un alt risc de malalties relacionades amb la seva activitat	Respost a la taula GRI
Organització del diàleg social, inclosos els procediments per informar i consultar el personal i negociar-hi		GRI 102-43 Enfocament per a la participació dels grups d'interès	Respost a la taula GRI
		GRI 402-1 Terminis d'avís mínims sobre canvis operacionals	Respost a la taula GRI
		GRI 403-1 Representació dels treballadors en comitès formals treballador-empresa de salut i seguretat	Respost a la taula GRI
Relacions socials	Percentatge de treballadors coberts per conveni col·lectiu per país	GRI 102-41 Acords de negociació col·lectiva	Respost a la taula GRI
		No inclòs a GRI: desglossat per país	
	Balanç dels convenis col·lectius, particularment en l'àmbit de la salut i la seguretat a la feina	GRI 403-1 Representació dels treballadors en comitès formals treballador-empresa de salut i seguretat	Respost a la taula GRI
		GRI 403-4 Temes de salut i seguretat tractats en acords formals amb sindicats	Respost a la taula GRI

Formació	Polítiques implementades en el camp de la formació	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components (GRI 404-Formació i ensenyament)	Respost a la taula GRI
		GRI 404-2 Programes per millorar les aptituds dels empleats i programes d'ajuda a la transició	Respost a la taula GRI
	Quantitat total d'hores de formació per categoria professional	GRI 404-1 Mitjana d'hores de formació a l'any per empleat	Respost a la taula GRI
		No inclòs a GRI: horas totals de formació.	74-75
Accessibilitat	Accessibilitat universal de les persones amb discapacitat	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components (GRI 405 Diversitat i igualtat d'oportunitats i GRI 406 No-discriminació)	Respost a la taula GRI
	Mesures adoptades per promoure la igualtat de tracte i d'oportunitats entre homes i dones	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components (GRI 405 Diversitat i igualtat d'oportunitats)	Respost a la taula GRI
Igualtat	Plans d'igualtat	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components (GRI 405 Diversitat i igualtat d'oportunitats i GRI 406 No-discriminació)	Respost a la taula GRI
	Mesures adoptades per promoure l'ocupació	GRI 405 Diversitat i igualtat d'oportunitats i GRI 406 No-discriminació (GRI 401 Ocupació)	Respost a la taula GRI
		GRI 404-2 Programes per millorar les aptituds dels empleats i programes d'ajuda a la transició	Respost a la taula GRI
	Protocols contra l'assetjament sexual i per raó de sexe	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components (GRI 405 Diversitat i igualtat d'oportunitats i GRI 406 No-discriminació)	Respost a la taula GRI
	Integració i accessibilitat universal de les persones amb discapacitat	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components (GRI 405 Diversitat i igualtat d'oportunitats i GRI 406 No-discriminació)	Respost a la taula GRI
		GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components (GRI 405 Diversitat i igualtat d'oportunitats i GRI 406 No-discriminació)	Respost a la taula GRI
		GRI 406-1 Casos de discriminació i accions correctives empreses	Respost a la taula GRI

<b>Informació sobre el respecte dels drets humans</b>			
	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components		Respost a la taula GRI
	GRI 103-3 Avaluació de l'enfocament de gestió		Respost a la taula GRI
<b>Polítiques</b>	GRI 410-1 Personal de seguretat capacitat en polítiques o procediments de Drets Humans		Respost a la taula GRI
	GRI 412-2 Formació dels treballadors en polítiques o procediments sobre Drets Humans		
<b>Riscos principals</b>	GRI 102-15 Principals impactes, riscos i oportunitats		Respost a la taula GRI
	GRI 102-30 Eficàcia dels processos de gestió del risc		Respost a la taula GRI
	Aplicació de procediments de deguda diligència en drets humans	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components (GRI 412 Avaluació dels Drets Humans)	Respost a la taula GRI
		GRI 414-2 Impactes socials negatius a la cadena de subministrament i mesures preses	
	Prevenió dels riscos de vulneració dels drets humans i, si s'escau, mesures per mitigar, gestionar i reparar possibles abusos comesos	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components (GRI 412 Avaluació dels Drets Humans)	Respost a la taula GRI
		GRI 412-1 Operacions sotmeses a revisions o avaluacions d'impacte sobre els Drets Humans	Respost a la taula GRI
		GRI 410-1 Personal de seguretat capacitat en polítiques o procediments de Drets Humans	Respost a la taula GRI
<b>Drets Humans</b>	Denúncies per casos de vulneracions de drets humans	GRI 102-17 Mecanismes d'assessorament i preocupacions ètiques (denúncies rebudes i resolució)	
		GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components (GRI 412 Avaluació dels Drets Humans)	Respost a la taula GRI
		GRI 411-1 Casos de violacions dels drets dels pobles indígenes	Respost a la taula GRI
		GRI 419-1 Incompliment de les lleis i normatives en els àmbits social i econòmic	Respost a la taula GRI
	Promoció i compliment de les disposicions dels convenis fonamentals de l'OIT relacionades amb el respecte per la llibertat d'associació i el dret a la negociació col·lectiva, l'eliminació de la discriminació a la feina i l'ocupació, l'eliminació del treball forçós o obligatori i l'abolició efectiva del treball infantil	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components (GRI 406 No discriminació; 407 Llibertat d'associació i convenis col·lectius; 408 Treball infantil; 409 Treball forçós o obligatori i 412 Avaluació dels Drets Humans)	Respost a la taula GRI

<b>Informació relativa a la lluita contra la corrupció i el suborn</b>			
	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components		Respost a la taula GRI
<b>Polítiques</b>	GRI 103-3 Avaluació de l'enfocament de gestió		Respost a la taula GRI
	GRI 205-2 Comunicació i formació sobre polítiques i procediments anticorrupció		Respost a la taula GRI
<b>Riscos principals</b>	GRI 102-15 Principals impactes, riscos i oportunitats		Respost a la taula GRI
	GRI 102-30 Eficàcia dels processos de gestió del risc		Respost a la taula GRI
	GRI 205-1 Operacions avaluades per a riscos relacionats amb la corrupció		Respost a la taula GRI
	Mesures adoptades per prevenir la corrupció i el suborn	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components (GRI 205 Anticorrupció) - Si l'organització presenta el 205-2, també dona cobertura amb aquest indicador aquesta exigència de la llei.	Respost a la taula GRI
	Mesures per lluitar contra el blanqueig de capitals	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components (GRI 205 Anticorrupció)	Respost a la taula GRI
<b>Corrupció i suborn</b>	Aportacions a fundacions i entitats sense ànim de lucre	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components (GRI 205 Anticorrupció)	Respost a la taula GRI
		GRI 201-1 Valor econòmic directe generat i Distribuït (inversions en la Comunitat)	Respost a la taula GRI
		GRI 203-2 Impactes econòmics indirectes significatius	Respost a la taula GRI
		GRI 415-1 Contribució a partits i / o representants polítics	Respost a la taula GRI
<b>Informació sobre la societat</b>			
<b>Polítiques</b>	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components		Respost a la taula GRI
	GRI 103-3 Avaluació de l'enfocament de gestió		Respost a la taula GRI
<b>Riscos principals</b>	GRI 102-15 Principals impactes, riscos i oportunitats		Respost a la taula GRI
	GRI 102-30 Eficàcia dels processos de gestió del risc		Respost a la taula GRI
	Impacte de l'activitat de la societat en l'ocupació i el desenvolupament local	GRI 203-1 Inversions en infraestructures i serveis prestats	Respost a la taula GRI
		GRI 203-2 Impactes econòmics indirectes significatius	Respost a la taula GRI
		GRI 204-1 Proporció de despesa en proveïdors locals	Respost a la taula GRI
<b>Compromisos de l'empresa amb el desenvolupament sostenible</b>		GRI 413-1 Operacions amb participació de la comunitat local, avaluacions de l'impacte i programes de Desenvolupament	Respost a la taula GRI
		GRI 413-2 Operacions amb impactes negatius significatius -reals o potencials- a les comunitats locals	Respost a la taula GRI

Impacte de l'activitat de la societat a les poblacions locals i el territori	GRI 203-1 Inversions en infraestructures i serveis prestats	Respost a la taula GRI
	GRI 203-2 Impactes econòmics indirectes significatius	Respost a la taula GRI
	GRI 413-1 Operacions amb participació de la comunitat local, avaluacions de l'impacte i programes de Desenvolupament	Respost a la taula GRI
	GRI 413-2 Operacions amb impactes negatius significatius -reals o potencials- a les comunitats locals	Respost a la taula GRI
Relacions mantingudes amb els actors de les comunitats locals i les modalitats de diàleg amb ells	GRI 102-43 Enfocament per a la participació dels grups d'interès (relatiu a la comunitat)	Respost a la taula GRI
	GRI 413-1 Operacions amb participació de la comunitat local, avaluacions de l'impacte i programes de Desenvolupament	Respost a la taula GRI
Accions d'associació o patrocini	GRI 102-13 Afil·liació a associacions	Respost a la taula GRI
	GRI 203-1 Inversions en infraestructures i serveis prestats	Respost a la taula GRI
	GRI 201-1 Valor econòmic directe generat i Distribuït (inversions en la Comunitat)	Respost a la taula GRI

Inclusió a la política de compres de qüestions socials, d'igualtat de gènere i ambientals	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components (GRI 308 i GRI 414)	Respost a la taula GRI	
	Consideració en les relacions amb proveïdors i subcontractistes de la seva responsabilitat social i ambiental	Respost a la taula GRI	
Subcontractació i proveïdors	GRI 102-9 Cadena de subministrament	Respost a la taula GRI	
	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components (GRI 308 i GRI 414)	Respost a la taula GRI	
	GRI 308-1 Nous proveïdors que han passat filtres d'avaluació i selecció d'acord amb els criteris ambientals	Respost a la taula GRI	
	GRI 308-2 Impactes ambientals negatius en la cadena de subministrament y mesures preses		
	GRI 407-1 Operacions i proveïdors el dret a la llibertat d'associació i negociació col·lectiva dels quals podria estar en risc	Respost a la taula GRI	
	GRI 409-1 Operacions i proveïdors amb risc significatiu de casos de treball forçós o obligatori	Respost a la taula GRI	
	GRI 414-1 Nous proveïdors que han passat filtres de selecció d'acord amb els criteris socials	Respost a la taula GRI	
	GRI 414-2 Impactes socials negatius a la cadena de subministrament i mesures preses		
	Sistemes de supervisió i auditories i resultats d'aquestes	GRI 308-1 Nous proveïdors que han passat filtres d'avaluació i selecció d'acord amb els criteris ambientals	Respost a la taula GRI
		GRI 308-2 Impactes ambientals negatius en la cadena de subministrament y mesures preses.	
GRI 414-2 Impactes socials negatius a la cadena de subministrament i mesures preses			

Consumidors	Mesures per a la salut i la seguretat dels consumidors	GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components (GRI 416 Salut i Seguretat dels Clients)	Respost a la taula GRI
		GRI 416-1 Avaluació dels impactes en la salut i seguretat de les categories de productes o serveis	Respost a la taula GRI
		GRI 416-2 Casos d'incompliment relatiu als impactes en la salut i seguretat de les categories de productes i serveis	Respost a la taula GRI
		GRI 417-1 Requeriments per a la informació i l'etiquetatge de productes i serveis	Respost a la taula GRI
Sistemes de reclamació, queixes rebudes i resolució d'aquestes		GRI 102-17 Mecanismes d'assessorament i preocupacions ètiques (denúncies rebudes i resolució)	Respost a la taula GRI
		GRI 103-2 L'enfocament de gestió i els seus components (GRI 416 Salut i Seguretat dels Clients)	Respost a la taula GRI
		GRI 418-1 Reclamacions fonamentades relatives a violacions de la privacitat del client i pèrdua de dades del client	Respost a la taula GRI
Beneficis obtinguts per país		No inclòs a GRI: es verifica juntament amb la informació fiscal	24
	Impostos sobre beneficis pagats	No inclòs a GRI: es verifica juntament amb la informació fiscal	Respost a la taula GRI
	Subvencions públiques rebudes	GRI 201-4 Assistència financera rebuda del govern	Respost a la taula GRI
Informació fiscal			

# Taula de continguts de Pacte Mundial

La taula següent mostra els indicadors GRI d'aquest informe que ofereixen una informació més rellevant sobre el compliment dels 10 principis del Pacte Mundial, a més de la continguda en els enfocaments de gestió de cada aspecte GRI. Seguint l'índex de la taula, es pot avaluar el grau d'avenç d'EROSKI respecte als esmentats principis.

	Principis del Pacte Mundial	Estàndards GRI més rellevants
Drets humans	1. Les empreses han de donar suport i respectar la protecció dels drets humans fonamentals, reconeguts internacionalment, dins del seu àmbit d'influència	Pràctiques en matèria de seguretat: 410-1 Drets dels pobles indígenes: 411-1 Avaluació dels drets humans: 412-1 Comunitats locals: 413-1, 413-2
	2. Les empreses s'han d'assegurar que les seves empreses no són còmplices en la vulneració dels drets humans	Avaluació dels drets humans: 412-3 Avaluació social dels proveïdors: 414-1
Normes laborals	3. Les empreses han de donar suport a la llibertat d'afiliació i el reconeixement efectiu del dret a la negociació col·lectiva	Acords de negociació col·lectiva: 102-41 Relacions treballador-empresa: 402-1 Llibertat d'associació i convenis col·lectius: 407-1
	4. Les empreses han de donar suport a l'eliminació de tota forma de treball forçós o realitzat sota coacció	Treball forçós o obligatori: 409-1
	5. Les empreses han de donar suport a l'erradicació del treball infantil	Treball infantil: 408-1
	6. Les empreses han de donar suport a l'abolició de les pràctiques de discriminació en l'ocupació i l'ocupació	Informació sobre empleats i treballadors: 102-8 Presència en el mercat: 202-1, 202-2 Ocupació: 401-1, 401-3 Formació i ensenyament: 404-1, 404-3 Diversitat i igualtat d'oportunitats: 405-1, 405-2 No discriminació: 406-1
Medi ambient	7. Les empreses han de mantenir un enfocament preventiu que afavoreixi el medi ambient	Materials: 301-1, 301-2, 301-3 Energia: 302-1, 302-2, 302-3, 302-4 Aigua: 303-1 Emissions: 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-6 Efluents i residus: 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5
	8. Les empreses han de fomentar les iniciatives que promoguin una major responsabilitat ambiental	Materials: 301-1, 301-2, 301-3 Energia: 302-1, 302-2, 302-3, 302-4 Emissions: 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-6 Efluents i residus: 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5 Acompliment ambiental: 307-1 Avaluació ambiental de proveïdors: 308-1
	9. Les empreses han d'afavorir el desenvolupament i la difusió de les tecnologies respectuoses amb el medi ambient	Energia: 302-4 Emissions: 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-6 Efluents i residus: 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5
Anticorrupció	10. Les empreses han de treballar contra la corrupció en totes les seves formes, incloses l'extorsió i el suborn	Valors, principis, estàndards i normes de conducta: 102-16 Anticorrupció: 205-1, 205-2, 205-3 Política pública: 415-1

# Taula de continguts dels Objectius de Desenvolupament Sostenible

La taula següent mostra els indicadors GRI d'aquest informe que ofereixen una informació més rellevant sobre el compliment dels Objectius de Desenvolupament Sostenible, a més demés de la continguda en els enfocaments

en los enfocaments de gestió de cada aspecte GRI. Seguint l'índex de la taula, es poden avaluar les accions d'EROSKI respecte als ODS.

ODS	Esàndard GRI
	<b>Fi de la pobresa</b> Presència en el mercat: 202-1 Impactes econòmics indirectes: 203-2 Comunitats locals: 413-2
	<b>Fam zero</b> Acompliment econòmic: 201-1 Impactes econòmics indirectes: 203-1, 203-2 Drets dels pobles indígenes: 411-1 Comunitats locals: 413-2
	<b>Salut i benestar</b> Impactes econòmics indirectes: 203-2 Emissions: 305-1, 305-2, 305-3, 305-6 Efluent i residu: 306-1, 306-2, 306-3, 306-4 Salut i seguretat a la feina: 403-2, 403-3
	<b>Educació de qualitat</b> Coneixements col·lectius del màxim òrgan de govern: 102-27 Formació i ensenyament: 404-1
	<b>Igualtat de gènere</b> Composició del màxim òrgan de govern i els seus comitès: 102-22 Nomenament i selecció del màxim òrgan de govern: 102-24 Acompliment econòmic: 201-1 Presència en el mercat: 202-1 Impactes econòmics indirectes: 203-1 Impactes econòmics indirectes: 203-1 Ocupació: 401-1, 401-3 Formació i ensenyament: 404-1, 404-3 Diversitat i igualtat d'oportunitats: 405-1, 405-2 No discriminació: 406-1 Avaluació social dels proveïdors: 414-1
	<b>Aigua neta i sanejament</b> Aigua: 303-1, 303-2, 303-3 Biodiversitat: 304-1, 304-2, 304-3, 304-4 Efluent i residu: 306-1, 306-2, 306-3, 306-5
	<b>Energia assequible i no contaminant</b> Acompliment econòmic: 201-1 Impactes econòmics indirectes: 203-1 Energia: 302-1, 302-2, 302-3, 302-4
	<b>Treball decent i creixement econòmic</b> Perfil de l'organització: 102-8 Participació grups d'interès: 102-41 Acompliment econòmic: 201-1 Presència en el mercat: 202-1, 202-2 Impactes econòmics indirectes: 203-2 Materials: 301-1, 301-2, 301-3 Energia: 302-1, 302-2, 302-3, 302-4 Aigua: 303-3 Ocupació: 401-1, 401-3 Salut i seguretat a la feina: 403-1, 403-2, 403-3, 403-4 Formació i ensenyament: 404-1, 404-2, 404-3 Diversitat i igualtat d'oportunitats: 405-1, 405-2 No discriminació: 406-1 Llibertat d'associació i convenis col·lectius: 407-1 Treball infantil: 408-1 Treball forçós o obligatori: 409-1 Avaluació social dels proveïdors: 414-1

	<b>Indústria, innovació i infraestructura</b> Acompliment econòmic: 201-1 Impactes econòmics indirectes: 203-1
	<b>Reducció de les desigualtats</b> Impactes econòmics indirectes: 203-2 Diversitat i igualtat d'oportunitats: 405-2
	<b>Ciutats i comunitats sostenibles</b> Impactes econòmics indirectes: 203-1
	<b>Producció i consum responsable</b> Pràctiques d'adquisició: 204-1 Materials: 301-1, 301-2 Energia: 302-1, 302-2, 302-3, 302-4 Aigua: 303-3 Emissions: 305, 305-1, 305-2, 305-3, 305-6 Efluent i residu: 306, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4 Compliment ambiental: 307 Màrqueting i etiquetatge: 417-1
	<b>Acció pel clima</b> Energia: 302-1, 302-2, 302-3, 302-4 Emissions: 305, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-6 Efluent i residu: 306 Compliment ambiental: 307
	<b>Vida submarina</b> Biodiversitat: 304-1, 304-2, 304-3, 304-4 Emissions: 305, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5 Efluent i residu: 306, 306-1, 306-3 Compliment ambiental: 307
	<b>Vida d'ecosistemes terrestres</b> Biodiversitat: 304-1, 304-2, 304-3, 304-4 Emissions: 305, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5 Efluent i residu: 306, 306-3, 306-5 Compliment ambiental: 307
	<b>Pau, justícia i institucions sòlides</b> Ètica: 102-16 Governança: 102-21, 102-22, 102-23, 102-24, 102-25, 102-29, 102-37 Anticorrupció: 205-1, 205-2, 205-3 Compliment ambiental: 307-1 No discriminació: 406-1 Treball infantil: 408-1 Pràctiques en matèria de seguretat: 410-1 Avaluació social dels proveïdors: 414-1 Política pública: 415-1 Salut i seguretat dels clients: 416-2 Màrqueting i etiquetatge: 417-1, 417-2 Privacitat del client: 418-1 Compliment socioeconòmic: 419-1
	<b>Aliances per assolir els objectius</b> Impactes econòmics indirectes: 203-2

## Annex

### TAULES D'INDICADORS. COMPARATIVES AMB ANYS ANTERIORS

- Taula 1.** Riquesa distribuïda per EROSKI als nostres grups d'interès
- Taula 2.** Nombre de botigues del Grup EROSKI i les seves franquícies per negoci
- Taula 3.** Nombre de supermercats del Grup EROSKI i les seves franquícies per ensenya
- Taula 4.** Distribució per comunitat autònoma i negoci dels establiments al 2017
- Taula 5.** Nombre total de persones treballadores per gènere
- Taula 6.** Nombre total de persones treballadores per comunitat autònoma
- Taula 7.** Nombre total de persones treballadores per gènere i contracte laboral
- Taula 8.** Nombre total de persones treballadores amb contracte indefinit per gènere, franja d'edat i categoria professional
- Taula 9.** Nombre total de persones treballadores amb contracte temporal per gènere, franja d'edat i categoria professional
- Taula 10.** Nombre total de persones treballadores per gènere i tipus de jornada
- Taula 11.** Nombre i índex de contractacions 2017 y 2016
- Taula 12.** Nombre i índex de rotacions 2017 y 2016 (sortides de persones empleades)
- Taula 13.** Distribució de persones treballadores per gènere, franja d'edat i categoria professional 2018
- Taula 14.** Taxa d'accidents laborals
- Taula 15.** Taxa d'absentisme
- Taula 16.** Malalties professional
- Taula 17.** Mitjana d'hores de formació de les persones treballadores d'EROSKI per gènere i categoria professional
- Taula 18.** Persones treballadores amb avaluació periòdica de l'acompliment i desenvolupament professional 2018
- Taula 20.** Nombre de persones treballadores amb capacitats diferents o diversitat funcional per categoria professional
- Taula 21.** Nombre de proveïdors comercials i de serveis per país
- Taula 22.** Nombre de proveïdors comercials i productors locals per comunitat autònoma
- Taula 23.** Materials emprats als productes i envasos de marca pròpia declarats als Sistemes Col·lectius de Responsabilitat Ampliada del Productor
- Taula 24.** Paper consumit en publicitat, revistes i la seu social d'EROSKI
- Taula 25.** Envasos logístics reutilitzats
- Taula 26.** Consum energètic dins de l'organització
- Taula 27.** Distribució del consum (%)
- Taula 28.** Ràtio d'intensitat energètica
- Taula 29.** Residus per tipus i mètode de tractament
- Taula 30.** Residus recollits de clients per a reciclatge per tipus
- Taula 31.** Extracció d'aigua per font (m3)
- Taula 32.** Consum de refrigerants per compensar fuites
- Taula 33.** Emissions de gasos d'efecte hivernacle i petjada de carboni d'EROSKI
- Taula 34.** Intensitat de les emissions de gasos d'efecte hivernacle
- Taula 35.** Distribució per gènere i franja d'edat dels òrgans de govern

Taula 1.  
Riquesa distribuïda per EROSKI als nostres grups d'interès

Milions d'euros	2018	2017
<b>Persones treballadores d'eroski</b>	<b>490</b>	<b>493</b>
Sous, salaris i assimilats	99,1%	98,7%
Indemnitzacions	0,8%	1,3%
Aportacions a plans d'aportació definida	0,1%	0,1%
<b>Estat</b>	<b>191</b>	<b>224</b>
Càrregues socials i impostos per les persones treballadores	90%	78%
Impostos sobre guanys	1%	14%
Tributs	9%	8%
<b>Medi ambient</b> (destinats a la minimització de l'impacte mediambiental i a la protecció i millora del medi ambient)	<b>17</b>	<b>11</b>
Despeses	6%	7%
Inversions	94%	93%
<b>Empreses proveïdores</b>	<b>4.013</b>	<b>4.102</b>
Proveïdors comercials	85%	87%
<b>Proveïdors de serveis</b>	<b>15%</b>	<b>13%</b>
<b>Clients</b> (milions d'euros transferits a través de les múltiples ofertes comercials dutes a terme durant l'any)	<b>302</b>	<b>260</b>
<b>Societat</b> (destinats a finalitats socials i a la formació i informació de les persones consumidores)	<b>10</b>	<b>12</b>
Grup EROSKI	87%	78%
Fundació EROSKI	13%	22%

Taula 2.  
Nombre de botigues del Grup EROSKI  
i les seves franquícies per negoci 102-4

	2018			2017			2016
	Total	En franquícia	Propis	Total	En franquícia	Propis	Total
Hipermercats	56	2	54	61	3	58	79
Supermercats	1.278	495	783	1.279	489	790	1.269
Cash&Carry	19	0	19	19	0	19	19
Gasolineres	50	1	49	50	0	50	60
Òptiques	13	0	13	16	0	16	20
Agències de viatge	162	16	146	159	19	140	160
Botigues de material esportiu FORUM SPORT	66	1	65	59	1	58	52
Botigues on line	8	0	8	8	0	8	9
<b>TOTAL</b>	<b>1.652</b>	<b>516</b>	<b>1.137</b>	<b>1.651</b>	<b>512</b>	<b>1.139</b>	<b>1.837</b>

\* Les agències de viatge només inclouen negoci vacacional.

Taula 3.  
Nombre de supermercats del Grup EROSKI  
i les seves franquícies per ensenya

	2018			2017			2016
	Total	Propis	En franquícia	Total	Propis	En franquícia	Total
EROSKI/city	515	279	236	500	285	215	479
CAPRABO	318	256	62	320	268	52	322
EROSKI/center	164	162	2	161	159	2	159
Aliprox	122	0	122	140	0	140	151
Família	78	78	0	78	78	0	79
Onda	64	0	64	73	0	73	74
Rapid	9	0	9	7	0	7	5
Merca	8	8	0	0	0	0	5
<b>TOTAL</b>	<b>1.278</b>	<b>783</b>	<b>495</b>	<b>1.279</b>	<b>790</b>	<b>489</b>	<b>1.269</b>

Taula 4.  
Distribució per comunitat autònoma i negoci dels establiments al 2017

	Distribució per comunitat autònoma i negoci dels establiments																	
	2017																	
	Establiments propis						Establiments en franquícia				Total							
	Negocis d'alimentació		Negocis diversificats				Negocis alimentació		Negocis diversificados			Total franquiciados						
Hipermercats	Supermercats	Cash&Carry	Gasolineres	Òptiques	Agències de viatges	FORUM SPORT	Hipermercats	Supermercats	Agències de viatges	FORUM SPORT								
Andalusia	10			7	3	1					21	51	1			52	73	
Andorra													8				8	8
Aragó		36		2		5	2					45	21				21	66
Astúries	1	10	1	2		5	5					24	1				1	25
Cantàbria	1	8		1		5	4					19	8	3			11	30
Castella i Lleó	1	21		1		9	12					44	5	2	1		8	52
Castella-la Manxa	5			4	2	2						13	4				4	17
Catalunya	2	247		1		3	1					254	1	56			57	311
Ceuta														1			1	1
Comunitat Valenciana	4			3		1	2					10	1				1	11
Extremadura	1														1		2	4
Galícia	5	149	18	3		5	1					181	128	1			129	310
Gibraltar														2			2	2
Illes Balears		109		2								111	74				74	185
Illes Canàries	1															1		1

Distribució per comunitat autònoma i negoci dels establiments														
2017														
La Rioja	1	10	1	7	3	22	4	4	26					
Madrid				4		4	8	8	12					
Melilla						0	1	1	1					
Múrcia	3		3		1	7		1	8					
Navarra	2	54	3	1	14	6	80	27	2	29	109			
País Basc	21	146	17	10	78	21	293	89	9	98	391			
<b>TOTAL</b>	<b>58</b>	<b>790</b>	<b>19</b>	<b>50</b>	<b>16</b>	<b>140</b>	<b>58</b>	<b>1.131</b>	<b>3</b>	<b>489</b>	<b>19</b>	<b>1</b>	<b>512</b>	<b>1.643</b>

\* Les agències de viatge inclouen negoci vacacional i divisió empresa (Travel Air)

Taula 5.  
Nombre total de persones treballadores per gènere 102-8

	2018	2017	2016
Dones	23.360,47 (78%)	23.790 (78%)	26.005 (78%)
Homes	6.688 (22%)	6.711 (22%)	7.157 (22%)
<b>Total</b>	<b>30.048</b>	<b>30.501</b>	<b>33.162</b>
Llocs de feina a franquícies estimats	3.301	3.315	3.044
Socis treballadors	9.796	10.017	11.352
Socis a EROSKI S. Coop.	8.202	8.127	

Taula 6.  
Nombre total de persones treballadores per comunitat autònoma 102-8

	2018	2017
Andalusia	518	671
Aragó	927	925
Astúries	486	473
Cantàbria	386	414
Castella-la Manxa	429	422
Castella i Lleó	653	663
Catalunya	6.213	6.355
Comunitat Valenciana	164	247
Extremadura	4	95
Galícia	5.427	5.317
Illes Balears	2.461	2.439
Illes Canàries	72	77
La Rioja	353	368
Madrid	299	278
Múrcia	210	216
Navarra	1.643	1.633
País Basc	9.804	9.908
<b>TOTAL</b>	<b>30.048</b>	<b>30.501</b>

Taula 7.  
Nombre total de persones treballadores per gènere i contracte laboral 102-8

	2018	2017	2016	Variació 2017-2018 (%)
<b>Indefinit</b>	<b>22.802</b>	<b>23.273</b>	<b>25.828</b>	<b>-2,1%</b>
% indefinit	76%	76%	78%	
Dones	18.127	18.484	20.568	-2,0%
Homes	4.675	4.789	5.260	-2,4%
<b>Temporal</b>	<b>7.246</b>	<b>7.228</b>	<b>7.344</b>	<b>0,2%</b>
% temporal	24%	24%	22%	
Dones	5.233	5.306	5.437	-1,4%
Homes	2.013	1.922	1.907	4,5%
<b>TOTAL</b>	<b>30.048</b>	<b>30.501</b>	<b>33.172</b>	<b>-1,5%</b>

Taula 8.  
Nombre total de persones treballadores amb contracte indefinit per gènere, franja d'edat i categoria professional 102-8

	Directiu/iva		Gestor/a		Responsable		Tècnic/a		Professional		Cap	
	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H
<30 anys	0	0	6	7	3	1	0	0	1.611	575	1	0
30-50 anys	0	0	86	3	324	6	128	12	6.885	421	86	3
>50 anys	0	0	11	1	44	12	9	10	1.480	139	6	23
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>103</b>	<b>11</b>	<b>371</b>	<b>19</b>	<b>137</b>	<b>22</b>	<b>9.976</b>	<b>1.135</b>	<b>93</b>	<b>26</b>

M = Dones H = Homes

Taula 9.  
Nombre total de persones treballadores amb contracte temporal per gènere, franja d'edat i categoria professional 102-8

	Directiu		Gestor/a		Responsable		Tècnic/a		Professional		Cap	
	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H
<30 anys	0	0	15	14	6	15	20	11	1.952	1.034	4	2
30-50 anys	0	0	24	9	23	30	19	9	2.625	659	9	2
>50 anys	0	0	8	7	26	20	5	8	491	172	6	21
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>47</b>	<b>30</b>	<b>55</b>	<b>65</b>	<b>44</b>	<b>28</b>	<b>5.068</b>	<b>1.865</b>	<b>19</b>	<b>25</b>

M = Dones H = Homes



Taula 10.  
**Nombre total de persones treballadores per gènere i tipus de jornada** 102-8

	2018	2017	2016
<b>Jornada completa</b>	<b>18.155</b>	<b>17.933</b>	<b>19.281</b>
% jornada completa	60%	59%	58%
Dones	12.680	12.514	13.486
Homes	5.475	5.419	5.795
<b>Jornada parcial</b>	<b>11.893</b>	<b>12.568</b>	<b>13.881</b>
% jornada parcial	40%	41%	42%
Dones	10.680	11.276	12.519
Homes	1.213	1.292	1.362
<b>TOTAL</b>	<b>30.048</b>	<b>30.501</b>	<b>33.162</b>

Taula 11.  
**Nombre i índex de contractacions 2017 i 2016** 401-1

	2017			2016		
	Dones	Homes	Taxa 2017	Dones	Homes	Taxa 2016
<30 anys	302	117	1,4%	400	131	1,6%
30-50 anys	532	171	2,4%	24	7	0,1%
>50 anys	51	10	0,2%	177	78	0,7%
<b>Total per gènere</b>	<b>885</b>	<b>298</b>		<b>601</b>	<b>216</b>	
<b>Taxa per gènere</b>	<b>3,7%</b>	<b>4,5%</b>		<b>2,3%</b>	<b>3,0%</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>1.183</b>		<b>3,9%</b>	<b>817</b>		<b>2,5%</b>

Taula 12.  
**Nombre i índex de rotacions 2017 y 2016 (sortides de persones empleades)** 401-1

	2017			2016		
	Dones	Homes	Tasa	Dones	Homes	Tasa
<30 anys	80	48	0,4%	468	115	1,8%
30-50 anys	627	150	2,5%	147	52	0,6%
>50 anys	151	60	0,7%	38	34	0,2%
<b>Total per gènere</b>	<b>858</b>	<b>258</b>		<b>653</b>	<b>201</b>	
<b>Taxa de rotació per gènere</b>	<b>3,6%</b>	<b>3,8%</b>		<b>2,5%</b>	<b>2,8%</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>1.116</b>		<b>3,7%</b>	<b>854</b>		<b>2,6%</b>

Taula 13.  
**Distribució de persones treballadores per gènere, franja d'edat i categoria professional 2018**

	Directiu/iva		Gestor/a		Responsable		Tècnic/a		Professional		Cap	
	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H
<30 anys	0	0	16	16	73	42	37	17	2.683	1.327	22	19
30-50 anys	9	14	221	116	1.783	453	455	312	12.521	2.378	721	388
>50 anys	3	10	76	124	572	208	122	168	3.860	883	186	213
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>24</b>	<b>313</b>	<b>256</b>	<b>2.428</b>	<b>703</b>	<b>614</b>	<b>497</b>	<b>19.064</b>	<b>4.588</b>	<b>929</b>	<b>620</b>

M = Dones H = Homes

Taula 14.  
**Taxa d'accidents laborals** 403-2

	2018	2017	2016
<b>Causas dels accidents laborals</b>			
Causas dels accidents laborals	42,7%	47,3%	49,7%
Sobreesforç	11,2%	11,7%	10,8%
Caigudes de persones al mateix nivell o diferent nivell	10,9%	10,2%	9,7%
Talls	35,2%	30,8%	29,7%
<b>Altres causes</b>			
Aliments, vidres, plàstics o empaquetats	41,2%	42,6%*	
Productes metàl·lics i eines	9,0%	7,2%	7,4%
Carretons o similars	7,3%	6,9%	6,3%
Altres agents materials	42,4%	43,3%	41,0%
<b>Taxa d'accidents laborals lleus amb baixa**</b>	<b>33,9</b>	<b>32,2</b>	<b>29,7</b>
Dones	70%		
Homes	30%		
<b>Taxa d'accidents laborals greus amb baixa</b>	<b>4x10<sup>-8</sup></b>		<b>29,7</b>
Dones	50%		
Homes	50%		
<b>Taxa d'accidents laborals in itinere amb baixa</b>	<b>5,0</b>	<b>5,4</b>	<b>4,8</b>
Dones	70%		
Homes	30%		
<b>Morts per accident laboral o malaltia professional</b>			
Dones	0	0	0
Homes	1***	0	0

\*Al 2017 es denominava "caixes i objectes"

\*\*Taxa d'accidents lleus per milió d'hores treballades

\*\*\*Aturada cardíaca

Taula 15.  
**Taxa d'absentisme**

	2018	2017	2016
<b>Taxa d'absentisme laboral</b>	<b>6,2%</b>	<b>5,8%</b>	
Dones	6,8%	6,4%	5,9%
Homes	4,2%	3,8%	3,6%
<b>Hores d'absentisme</b>	<b>2.983.380,30</b>		
Dones	2.497.682,43		
Homes	485.697,87		

Taula 16.  
**Malalties professionals** 403-2

	2018	2017
<b>Índex de freqüència</b>	<b>1,3</b>	<b>1,2</b>
Dones	93%	96%
Homes	7%	4%

Taula 17.  
**Mitjana d'hores de formació de les persones treballadores d'EROSKI per gènere i categoria professional** 404-1

	2018			2017			2016			Variació 2017-2018 (%)		
	Total	Dones	Homes	Total	Dones	Homes	Total	Total	Dones	Homes		
Mitjana d'hores de formació	6,9	6,3	7,0	6,8				1%				
Directiu/iva	56	61,0	57,8	54,3	76,6	44,8	32,9	3%	-20%	29%		
Gestor/a	12,4	8,9	12,2	19,8	19,5	19,9	16,8	-37%	-54%	-39%		
Cap	17,4	16,9	15,6	17,4	19,7	14,3	8,5	0%	-14%	9%		
Professional	5,1	5,0	4,5	4,9	5,1	4,0	5,2	4%	-2%	12%		
Responsable	11,9	9,6	5,8	12,0	12,9	8,8	11,3	-1%	-25%	-34%		
Tècnic/a	12,1	15,7	15,5	13,8	15,4	11,8	13,8	-12%	2%	32%		

Taula 18.  
**Persones treballadores amb avaluació periòdica de l'acompliment i desenvolupament professional 2018**

Categoria Professional	Dones	Homes	Total
Directiu/iva	12	48	60
Gestor/a	102	187	289
Cap	776	525	1.301
Professional	11.567	2.370	13.937
Responsable	1.145	1.015	2.160
Tècnic/a	768	207	975
<b>TOTAL</b>	<b>14.370</b>	<b>4.352</b>	<b>18.722</b>

Taula 19.  
**Percentatge de persones treballadores amb avaluació periòdica de l'acompliment i desenvolupament professional 2017 i 2016**

Categoria Professional	2017		2016	
	Dones	Homes	Dones	Homes
Directiu/iva	36%	92%	40%	36%
Gestor/a	51%	56%	39%	32%
Cap	75%	69%	59%	61%
Professional	48%	41%	40%	36%
Responsable	58%	58%	55%	52%
Tècnic/a	79%	79%	65%	73%
<b>TOTAL</b>	<b>79%</b>	<b>21%</b>	<b>79%</b>	<b>21%</b>

Taula 20.  
**Nombre de persones treballadores amb capacitats diferents o diversitat funcional per categoria professional**

	2018				2017			
	Total	Dones	Homes	% respecte el total amb discapacitat	Total	Dones	Homes	% respecte el total amb discapacitat
Directiu/iva	1	0	1	0,3%	0	0	0	0,0%
Gestor/a	4	1	3	1,0%	2	0	2	0,5%
Responsable	22	14	8	5,7%	25	16	9	6,3%
Tècnic/a	7	5	2	1,8%	9	7	2	2,3%
Professional	339	210	129	87,1%	343	216	127	86,2%
Cap	16	5	11	4,1%	19	7	12	4,8%
<b>TOTAL</b>	<b>389</b>				<b>398</b>			

\*Al 2017 no estava inclosa la distribució per franges d'edat.

Taula 21.  
Nombre de proveïdors comercials i de serveis per país 102-9

	2018	2017	2016
Espanya	11.029	10.079	9.050
Xina	70	83	93
França	63	66	67
Portugal	51	42	33
Regne Unit	33	33	21
Alemanya	20	15	10
Holanda	20	17	11
Itàlia	16	14	16
Estats Units	13	7	5
Irlanda	12	5	7
Bèlgica	12	16	16
Bangladesh	11	13	9
Dinamarca	10	10	7
Noruega	9	7	7
Andorra	6	5	45
Vietnam	5	5	4
Pakistan	4	6	5
Suïssa	4	4	6
Grècia	2	2	1
Luxemburg	2	1	1
Polònia	2	1	1
Tailàndia	2	3	2
Taiwan	2	1	0
Xipre	1	0	0
Corea del Sud	1	1	1
Índia	1	1	0
Indonèsia	1	1	0
Israel	1	0	1
Singapur	1	0	0
Suècia	1	0	0
Canadà	0	1	1
Eslovàquia	0	1	1
Tunísia	0		1
<b>TOTAL</b>	<b>11.405</b>	<b>10.440</b>	<b>9.422</b>

Al 2018 s'inclouen també dades de proveïdors de serveis de VEGALSA-EROSKI, per tant els valors no són comparables.

Taula 22.  
Nombre de proveïdors comercials i productors locals per comunitat autònoma

	2018			2017			2016		
	Proveïdors comercials	Proveïdors locals	%*	Proveïdors comercials	Proveïdors locals	%*	Proveïdors locals	Productors locals	%*
Andalusia	347	237	68%	361	244	68%	405	281	69%
Aragó	155	99	64%	155	93	60%	148	88	59%
Astúries	94	72	77%	96	75	78%	103	80	78%
Balears	189	155	82%	194	155	80%	194	154	79%
Canàries	86	60	70%	91	63	69%	99	60	61%
Cantàbria	84	63	75%	94	71	76%	102	77	77%
Castella i Lleó	186	101	54%	210	129	61%	285	197	69%
Castella-la Manxa	179	130	73%	203	151	74%	223	169	76%
Catalunya	948	503	53%	975	530	54%	983	539	55%
Ceuta	2	2	100%	5	5	100%	5	5	100%
Comunitat Valenciana	276	91	33%	288	114	40%	309	120	39%
Extremadura	76	63	83%	78	64	82%	74	59	80%
Galícia	440	295	67%	444	298	67%	542	299	66%
La Rioja	85	62	73%	89	65	73%	94	67	71%
Madrid	346	45	13%	354	52	15%	352	56	16%
Melilla	6	6	100%	5	5	100%			
Múrcia	133	77	58%	136	81	60%	148	94	64%
Navarra	196	154	79%	202	154	76%	196	149	76%
País Basc	444	278	63%	453	293	65%	457	284	62%
<b>TOTAL</b>	<b>4.272</b>	<b>2.493</b>		<b>4.433</b>	<b>2.642</b>		<b>4.719</b>	<b>2.778</b>	

\*Porcentaje de proveïdors regionals respecte al total de proveïdors comercials

Taula 23.  
Materials emprats als productes i envasos de marca pròpia declarats als Sistemes Col·lectius de Responsabilitat Ampliada del Productor 301-1

	2018 (Tones)	2017 (Tones)	2016 (Tones)	Variació 2017-2018 (%)
<b>Invasos i embalatge</b>	<b>2.457</b>	<b>2.868</b>	<b>3.119</b>	<b>-14%</b>
No Renovable	1.235	1.210	1.449	2%
Acer	312	239	294	30%
Alumini	49	45	37	10%
Altres	55	26	7	112%
Plàstic	818	900	1.111	-9%
Renovable	1.222	1.658	1.670	-26%
Ceràmica	5	5	5	3%
Paper/cartró/fusta/suro	1.107	1.570	1.486	-30%
Vidre	110	83	179	33%
<b>Piles</b>	<b>101</b>	<b>69</b>	<b>100</b>	<b>46%</b>
<b>Llums fluorescents compactes</b>	<b>0,011</b>	<b>0,0005</b>	<b>0,001</b>	<b>2.279%</b>

Oli	0,113	0,5	4	-77%
Aparells elèctrics i electrònics	1.280	1.341	1.477	-5%

Taula 24.  
**Paper consumit en publicitat, revistes i la seu social d'EROSKI** 301-1

	2018 (tones)	2017 (tones)	2016 (tones)	Variació 2017-2018 (%)
Fullet publicitari	4.809	4.707	4.949	2%
Revistes	318	290	369	10%
Seu	11	11	12	-4%
<b>TOTAL</b>	<b>5.137</b>	<b>5.008</b>	<b>5.330</b>	<b>3%</b>

Taula 25.  
**Envasos logístics reutilitzats** 301-3

	2018 (unitats)	2017 (unitats)	2016 (unitats)	Variació 2017-2018 (%)
Palets reutilitzats	4.944.741	5.490.795	4.911.481	-10%
Caixes plàstiques reutilitzades	41.862.959	41.823.759	42.889.880	0,1%

Taula 26.  
**Consum energètic dins de l'organització** 302-1

	2018	2017	Variació 2017-2018 (%)
<b>Combustible no renovable (kWh)</b>	<b>278.116.806</b>	<b>279.835.108</b>	<b>-1%</b>
Gas natural (kWh)	9.976.723	8.707.115	15%
Hipermercats	6.303.455	5.320.657	18%
Supermercats	146.106	243.781	-40%
Plataformes	3.475.140	3.107.443	12%
Altres	52.023	35.234	48%
Dièsel (kWh)	268.140.083	271.127.993	-1%
Compra en origen	68.158.438	70.864.197	-4%
Distribució a botiga	199.981.645	200.263.796	0%
<b>Electricitat (kWh)</b>	<b>545.436.683</b>	<b>577.596.444</b>	<b>-6%</b>
Hipermercats	106.664.813	126.809.642	-16%
Supermercats	360.707.898	366.678.551	-2%
Plataformes	51.531.373	50.879.535	1%
Altres	26.532.600	33.228.716	-20%
<b>Consum energètic total (kWh)</b>	<b>823.553.489</b>	<b>857.431.552</b>	<b>-4%</b>
<b>Combustible no renovable (GJ)</b>	<b>1.001.220</b>	<b>1.007.407</b>	<b>37%</b>
Gas natural (GJ)	35.916	31.346	15%
Dièsel (GJ)	965.304	976.061	-1%
<b>Electricitat (GJ)</b>	<b>1.963.572</b>	<b>2.079.347</b>	<b>-6%</b>
<b>Consum energètic total (GJ)</b>	<b>2.964.793</b>	<b>3.086.754</b>	<b>-4%</b>

\*La reexpressió de la informació per canvis a l'abast en consum de dièsel en transport s'ha realitzat únicament pel 2017. Per això, no s'inclouen dades de 2016 dintre d'aquesta taula perquè no serien comparables.

Taula 27.  
**Distribució del consum energètic per ús**

	2018	2017
<b>Gas natural</b>		
Hipermercats	63%	61%
Supermercats	1%	3%
Plataformes	35%	36%
Altres	1%	0%
<b>Dièsel</b>		
Compra en origen	25%	38%
Distribució a botiga	75%	62%
<b>Electricitat</b>		
Hipermercats	20%	22%
Supermercats	66%	63%
Plataformes	9%	9%
Altres	5%	6%

Taula 28.  
**Ràtio d'intensitat energètica** (302-3)

	2018	2017
kWh/m² superfície comercial	634,34	575,00
kWh/€ vendes netes	0,18	0,16

Taula 29.  
**Residus per tipus i mètode de tractament** 306-2

	2018 (tones)	2017 (tones)	Variació 2017-2018 (%)
<b>Residus no perillosos</b>	<b>47.181</b>	<b>40.749</b>	<b>16%</b>
Reciclatge	38.460	32.638	18%
Abocador	3.920	3.614	8%
Valorització	4.801	4.498	7%
<b>Residus perillosos</b>	<b>37</b>	<b>58</b>	<b>-36%</b>
Reciclatge	37	58	-36%
<b>Total residus generat</b>	<b>47.218</b>	<b>40.807</b>	<b>16%</b>
	<b>2018</b>	<b>2017</b>	<b>Variació 2017-2018 (%)</b>
<b>Residus reciclats</b>	<b>38.497</b>	<b>32.696</b>	<b>18%</b>

Paper i cartró	35.234	92%	29.898	91%	18%
Plàstic	2.424	6%	2.052	6%	18%
Fusta	370	1%	273	1%	36%
Porex	291	1%	263	1%	11%
Altres	178	0%	210	1%	-15%
<b>Residus orgànics valoritzats</b>	<b>4.801</b>	<b>%</b>	<b>4.497</b>	<b>%</b>	<b>7%</b>
Carn	2.110	44%	1.900	42%	11%
Peix	2.328	48%	2.278	51%	2%
Pa	244	5%	233	5%	5%
logurts	80	2%	54	1%	48%
Fruïtes i verdures	38	1%	32	1%	19%

Taula 30.

**Residus recollits de clients per a reciclatge per tipus** 306-2

	2018 (tones)	2017 (tones)	2016 (tones)	Variació 2017-2018 (%)
<b>Residuos no peligrosos</b>	<b>608</b>	<b>625</b>	<b>637</b>	<b>-3%</b>
Tèxtil	604	625	637	-3%
Càpsules de cafè	4			
<b>Residus perillosos</b>	<b>1.676</b>	<b>1.736</b>	<b>1.729</b>	<b>21%</b>
Aparells elèctrics i electrònics	1490	1.559	1.529	23%
Piles i acumuladors d'energia	92	95	108	-3%
Llums i fluorescents	22	13	16	73%
Oli utilitzat	72	69	76	4%
<b>Total</b>	<b>2.284</b>	<b>2.361</b>	<b>2.366</b>	<b>14%</b>

Taula 31.

**Extracció d'aigua per font** 303-1

	2018	2017	2016	Variació 2017-2018 (%)
<b>Ubicació</b>				
Supermercats	69%	67%	59%	3%
Hipermercats	20%	21%	26%	-1%
Plataformes	6%	6%	9%	0%
Altres negocis	5%	6%	6%	-3%
<b>TOTAL (m³)</b>	<b>951.375</b>	<b>1.065.815</b>	<b>1.763.459</b>	<b>-12%</b>

\*\*Al 2018 s'ha inclòs també el consum d'aigua de FORUM SPORT, no inclòs en anys anteriors.

Taula 32.

**Consum de refrigerants per compensar fuites** 305-1

	2018	2017	Variació 2017-2018 (%)
R-407A	11%		
R-442A	46%	43%	7%
R-449A	3%	18%	-83%
R-448A	23%	5%	360%
Altres	16%	34%	-53%
<b>TOTAL (toneladas)</b>	<b>50,63</b>	<b>63,79</b>	<b>-21%</b>

Taula 33.

**Emissions de gasos d'efecte hivernacle i petjada de carboni** 305-1; 305-2; 305-3

	2018		2017	Variació 2017- 2018 (%)
	Tones CO <sub>2</sub> eq.	%	Tones CO <sub>2</sub> eq.	
<b>Emissions directes (Abast 1)</b>	<b>171.796</b>		<b>191.364</b>	<b>-10%</b>
Gas natural	1.834	1%	1.601	15%
Transport per carretera	67.954	40%	68.711	-1%
Refrigerants	102.008	59%	121.052	-16%
<b>Emissions indirectes per consum elèctric (Abast 2. Mitjana d'Espanya)</b>	<b>223.629</b>		<b>248.366</b>	<b>-10%</b>
Hipermercats	43.733	20%	54.528	-20%
Supermercats	147.890	66%	157.672	-6%
Plataformes	21.128	9%	21.878	-3%
Altres negocis	10.878	5%	14.288	-24%
<b>Emissions indirectes per consum elèctric (Abast 2. Mix de comercialitzadores)</b>	<b>152.722</b>		<b>215.433</b>	<b>-29%</b>
Hipermercats	29.866	20%	47.897	-38%
Supermercats	100.998	66%	138.500	-27%
Plataformes	14.429	9%	16.485	-12%
Altres negocis	7.429	5%	12.551	-41%
<b>Altres emissions indirectes (Abast 3)</b>	<b>309.923</b>		<b>435.639</b>	<b>-29%</b>
Viatges de feina (emissions de combustió)	3.412	1%	3.133	9%
Dièsel de transport (del pou al dipòsit)	15.370	5%	11.119	38%
Dièsel en viatges de feina (del pou al dipòsit)	614	0%	554	11%
Aigua	280.656	91%	411.222	-32%
Paper consumit a la seu EROSKI, fullets i revistes	9.870	3%	9.612	3%
<b>TOTAL **</b>	<b>634.441</b>		<b>842.436</b>	<b>-25%</b>

\*La reexpressió de la informació per canvis de l'abast en el consum de dièsel en transport, refrigerants i categories de l'abast 3 s'ha realitzat únicament pel 2017. No s'inclouen dades de 2016 perquè no són comparables.

\*\* Factor d'emissió per a l'electricitat del mix de comercialitzadores.

Taula 34.  
**Intensitat de les emissions de gasos d'efecte hivernacle** 305-4; 305-5

Intensitat de les emissions de gasos d'efecte hivernacle	2018	2017
<b>Total</b>		
g CO <sub>2</sub> eq/€ vendes netes	135,0	175,8
kg CO <sub>2</sub> eq/m <sup>2</sup> superfície comercial	488,7	621,0
<b>Abast 1</b>		
g CO <sub>2</sub> eq/€ vendes netes	36,6	39,9
kg CO <sub>2</sub> eq/m <sup>2</sup> superfície comercial	132,3	141,1
<b>Abast 2 (mix de comercialitzadores)</b>		
g CO <sub>2</sub> eq/€ vendes netes	32,5	45,0
kg CO <sub>2</sub> eq/m <sup>2</sup> superfície comercial	117,6	158,8
<b>Abast 3</b>		
g CO <sub>2</sub> eq/€ vendes netes	66,0	90,9
kg CO <sub>2</sub> eq/m <sup>2</sup> superfície comercial	238,7	321,1

Reducció de las emisions de GEI	Variació 2017-2018 (%)	Observacions
Emisions directas (Abast 1)	-10%	
Emisions indirectes per consum elèctric (Abast 2)	-29%	Baixa el consum i el factor d'emissió del mix de comercialitzadores
Altres emisions indirectes (Abast 3)	-29%	La reducció es deu principalment a la reducció del consum d'aigua

Taula 35.  
**Distribució per gènere i franja d'edat dels òrgans de govern**

Òrgans de govern	Total	<30 anys		30-50 anys		>50 anys	
		Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Assemblea general	249	2	1%	183	73%	64	26%
Comissió delegada	354	3	1%	251	71%	100	28%
Consell rector	12	0	0%	9	75%	3	25%
Consell social	16	0	0%	11	69%	5	31%

Òrgans de govern	Total	Dones		Homes	
		Nombre	%	Nombre	%
Assemblea general	249	188	76%	61	24%
Comissió delegada	354	302	85%	52	15%
Consell rector	12	6	50%	6	50%
Consell social	16	12	75%	4	25%



## Verificació conforme a la Llei 11/2018 d'informació no financera i diversitat

# AENOR

## Declaración de Verificación de AENOR para **EROSKI, S.COOP.** relativa al estado de información no financiera consolidado conforme a la Ley 11/2018 correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de Enero 2019

**EXPEDIENTE: 1995/0227/GEN/11**

**EROSKI, S.COOP.** (en adelante la compañía) y sociedades del estado consolidado ha encargado a AENOR llevar a cabo una verificación bajo un nivel de aseguramiento limitado del estado de información no financiera (en adelante EINF), conforme a la Ley 11/2018 por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad (en adelante, la Ley 11/2018), para el periodo de verificación de sus actividades, ejercicio anual finalizado el 31 de Enero de 2019, incluidas en el EINF formulado en fecha 30 de abril de 2019, el cual es parte de esta Declaración.

AENOR, de conformidad a la citada Ley, ha realizado la presente verificación al ser un prestador independiente de servicios de verificación.

En este sentido, AENOR ha realizado la presente verificación bajo los principios de integridad, independencia, ética, objetividad, competencia y diligencia profesional, confidencialidad y comportamiento profesional que se exigen en base a las acreditaciones que dispone, dentro de los ámbitos de aplicación generales de las Normas ISO/IEC 17021-1:2015 e ISO 14065, y particulares, como la Acreditación otorgada por la Convención de Naciones Unidas para el Cambio Climático (UNFCCC) para verificación y validación de proyectos de Mecanismos de Desarrollo Limpio (MDL).

AENOR, tal y como requiere la citada Ley, declara que no ha participado en procesos anteriores a la verificación del EINF.

AENOR INTERNACIONAL S.A.U. C/ GÉNOVA 6, 28004 MADRID  
Página 1 de 5

# AENOR

Datos de la organización: **EROSKI, S.COOP.**

con domicilio social en: Bº SAN AGUSTIN, S/N. 48230 - ELORRIO (BIZKAIA)

Representantes de la Organización a efectos de estado de la información no financiera: D. ALEJANDRO MARTINEZ BERRIOCHOA en cargo de DIRECTOR DE SALUD Y SOSTENIBILIDAD

**EROSKI, S.COOP.** tuvo la responsabilidad de reportar su estado de información no financiera conforme a la Ley 11/2018. La formulación del EINF así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Administradores de **EROSKI, S. COOP.** Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINF este libre de incorrección material, debida a fraude o error, así como los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF.

### Objetivo

El objetivo de la verificación es facilitar a las partes interesadas un juicio profesional e independiente acerca de la información y datos contenidos en el estado de información no financiera de la organización mencionado, elaborado de conformidad con la Ley 11/2018.

### Alcance de la Verificación

El EINF incluido en el INFORME DE ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2018 consolidado formulado en fecha 30 de abril de 2019 y sociedades incluidas en los estados consolidados y relacionadas en anexo de esta declaración de **EROSKI, S.COOP. y SOCIEDADES DEPENDIENTES (GRUPO EROSKI)**

### Materialidad

Para la verificación se acordó considerar discrepancias materiales aquellas omisiones, distorsiones o errores que puedan ser cuantificados y resulten en una diferencia mayor al 5% con respecto al total declarado.

AENOR INTERNACIONAL S.A.U. C/ GÉNOVA 6, 28004 MADRID  
Página 2 de 5

## AENOR

### Criterios

Los criterios e información que se han tenido en cuenta como referencia para realizar la verificación han sido:

- 1) La ley 11/2018 de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.
- 2) Norma ISAE 3000 (revisada), relativa a encargos de aseguramientos distintos o de la revisión de la información financiera histórica
- 3) Los criterios establecidos por la iniciativa mundial de presentación de informes de sostenibilidad en los estándares GRI cuando la organización haya optado por este marco internacional reconocido para la divulgación de la información relacionada con su responsabilidad social corporativa.

AENOR se exime expresamente de cualquier responsabilidad por decisiones, de inversión o de otro tipo, basadas en la presente declaración.

### Proceso de verificación realizado

Durante el proceso de verificación realizado, bajo un nivel de aseguramiento limitado, AENOR realizó entrevistas con el personal encargado de recopilar y preparar el estado de información no financiera y revisó evidencias relativas a:

- Actividades, productos y servicios prestados por la organización
- Consistencia y trazabilidad de la información aportada, incluyendo el proceso seguido de recopilación de la misma, muestreando información sobre la reportada
- Complimentación y contenido del estado de información no financiero con el fin de asegurar la integridad, exactitud y veracidad en su contenido

AENOR INTERNACIONAL S.A.U. C/ GÉNOVA 6, 28004 MADRID  
Página 3 de 5

## AENOR

### Conclusión

Basado en lo anterior, en nuestra opinión, no hay evidencia que haga suponer que el estado de información no financiera incluida en la MEMORIA 2018 GRUPO EROSKI. Estado de Información no Financiera formulado en fecha 30 de abril de 2019, y para el ejercicio anual finalizado el 31 de enero de 2019, no proporcione información fiel del desempeño de **EROSKI, S.COOP.** en materia de responsabilidad social conforme a la Ley 11/2018. En concreto, en lo relativo a cuestiones ambientales, sociales y relativas al personal, incluida la gestión de la igualdad, la no discriminación y la accesibilidad universal, los derechos humanos, lucha contra la corrupción y el soborno y la diversidad.

En Madrid a 21 de Mayo de 2019

AENOR INTERNACIONAL S.A.U. C/ GÉNOVA 6, 28004 MADRID  
Página 4 de 5



**Informe de revisió independent d'acord als estàndards GRI**

**AENOR**

**ANEXO**

**RELACION DE SOCIEDADES INCLUIDAS EN EL ESTADO DE INFORMACION NO FINANCIERA**

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

AENOR INTERNACIONAL S.A.U. C/ GÉNOVA 6, 28004 MADRID  
 Página 5 de 5

**AENOR**

**VERIFICACIÓN DE LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD**

**VMS-2019/0017**

AENOR ha verificado la Memoria de la organización

**EROSKI, S.COOP.**

**TITULADA: MEMORIA 2018. ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA.**

Conforme con: Estándares GRI

Opción GRI aplicada: Esencial

Proceso de Verificación: Para conceder este Documento de Verificación, AENOR ha comprobado la adecuación de la memoria a lo requerido por GRI y ha trazado los datos e información contenidos en dicha memoria.

Fecha de emisión: 2019-05-21

  
**Rafael GARCÍA MEIRO**  
 Director General

**AENOR INTERNACIONAL, S.A.U**  
 Génova, 6. 28004 Madrid. España  
 Tel. 91 432 60 00.- www.aenor.com

Original / Originals

Aquesta Memòria de Sostenibilitat  
ha estat elaborada  
d'acord amb els estàndards de  
Global Reporting Initiative 2016, opció essencial.  
El contingut de la Memòria ha estat verificat per AENOR.  
Per a qualsevol dubte o suggeriment sobre aquesta Memòria,  
contacta amb: [sostenibilidad@eroski.es](mailto:sostenibilidad@eroski.es)  
Impresa en paper amb segell FSC®  
(Forest Stewardship Council®),  
que garanteix la seva procedència  
de boscos gestionats responsablement.



