



**FUNDACIÓN EROSKI**

**MEMORIA DE ACTIVIDADES 2018 Y  
PLAN DE ACTUACIÓN 2019**

Fecha: 13/07/2019

Versión: 1

## Contenido

<b>FUNDACIÓN EROSKI.....</b>	<b>3</b>
1.1. Origen de la Fundación .....	3
1.2. Misión .....	3
1.3. Estructura organizativa .....	3
1.4. Actividades de la Fundación .....	4
1.5. Contacto .....	4
<b>MEMORIA DE ACTIVIDAD 2018 .....</b>	<b>5</b>
<b>PLAN DE ACTUACIÓN 2019 .....</b>	<b>12</b>
3.1. Productos informativos .....	12
3.1.01. Identificación de la actividad .....	12
3.1.02. Descripción detallada de la actividad .....	12
3.1.03. Recursos humanos previstos.....	13
3.1.04. Beneficiarios o usuarios previstos.....	13
3.1.05. Objetivos e indicadores previstos .....	13
3.2. Formación del consumidor.....	14
3.2.01. Identificación de la actividad .....	14
3.2.02. Descripción detallada de la actividad .....	14
3.2.03. Recursos humanos previstos.....	15
3.2.04. Beneficiarios o usuarios previstos.....	15
3.2.05. Objetivos e indicadores previstos .....	16
3.3. Solidaridad .....	16
3.3.01. Identificación de la actividad .....	16
3.3.02. Descripción detallada de la actividad .....	16
3.3.03. Recursos humanos previstos.....	17
3.3.04. Beneficiarios o usuarios previstos.....	17
3.3.05. Objetivos e indicadores previstos .....	17
3.4. Cultura e implicación con el entorno .....	18
3.4.01. Identificación de la actividad .....	18
3.4.02. Descripción detallada de la actividad .....	18
3.4.03. Recursos humanos previstos.....	18
3.4.04. Beneficiarios o usuarios previstos.....	19
3.4.05. Objetivos e indicadores previstos .....	19

## 1. FUNDACIÓN EROSKI

### 1.1. Origen de la Fundación

Desde EROSKI revertimos a la sociedad el 10% de nuestros beneficios anuales, desarrollando múltiples actividades de interés social y ciudadano. De gestionar parte de esta inversión se ocupa la Fundación Grupo EROSKI.

La Fundación fue constituida mediante escritura pública el 5 de agosto de 1997.

### 1.2. Misión

La Fundación tiene por objeto:

1. Financiar actividades relacionadas con la promoción y defensa de los legítimos intereses de los consumidores.
2. Impulsar acciones dirigidas a favorecer un consumo sostenible.
3. Investigar en el campo del consumo y especialmente en temas relacionados con la salud y seguridad de los consumidores.
4. Participar en iniciativas que potencien hábitos de vida saludables.
5. Fomentar actividades relacionadas con la cultura.
6. Editar publicaciones relacionadas con la promoción del consumidor tanto en medios propios como ajenos. Divulgar a través de los medios que se consideren oportuno las posiciones consumeristas y medioambientales.
7. Impulsar la realización de estudios de investigación y desarrollo en el sector de la distribución comercial.
8. Fomentar la formación de los trabajadores en todos aquellos aspectos relacionados con el desarrollo de la capacitación profesional y personal.
9. Promover la comunicación a la sociedad en general de las aportaciones realizadas por los miembros de la Fundación en el ámbito de la responsabilidad social.
10. Subvencionar actividades dirigidas a la creación de empleo.

### 1.3. Estructura organizativa

Todo lo relativo al gobierno y gestión de la Fundación queda recogido en los Estatutos por los que se rige, constando expresamente el carácter gratuito de los cargos del Patronato, estando dicho órgano de gobierno obligado a la rendición de cuentas y presentación de presupuestos al Protectorado.

Su máximo Patronato gestiona las actividades de la Fundación teniendo en cuenta criterios de imparcialidad y no discriminación respecto a sus beneficiarios, y de independencia, eficacia y responsabilidad en la consecución de sus fines. Para ello, actúa por iniciativa propia o mediante el establecimiento de convenios de colaboración con instituciones, ONG, asociaciones y otras entidades.

## **Patronato de la Fundación Eroski**

- Presidente: Agustín Markaide Soraluze
- Secretaria: Leire Mugerza Garate
- Vocales:
  - Mikel Larrea Azpeitia
  - Gotzon Elizburu Osa (*independiente*)
  - Félix Martín Galicia (*independiente*)
  - M. Asunción Bastida Sagarzazu
  - Gabriela Jara González Márquez (*independiente*)
  - Sonia Ortubai Balanzategui

## **Director General**

El Director General de la Fundación EROSKI es Alejandro Martínez Berriochoa, y es también el responsable funcional de las actividades realizadas.

## **1.4. Actividades de la Fundación**

Fundación Eroski, dentro de los fines fundacionales que le son propios, desarrolla las siguientes actividades:

- (i) **Productos Informativos:** Edición de la revista Eroski Consumer y elaboración de contenidos digitales relacionados con la difusión de información en materia de consumo dirigidos al público en general con carácter gratuito.
- (ii) **Formación del Consumidor:** Lanzamiento de distintas iniciativas dirigidas a la formación al público en general en materia de consumo responsable.
- (iii) **Solidaridad:** Desarrollo de proyectos y colaboraciones sociales en el ámbito del apoyo solidario a la discapacidad, el tercer sector, la cooperación al desarrollo, la promoción de la igualdad y la atención a los sectores desfavorecidos.
- (iv) **Cultura e Implicación con el Entorno:** Colaboración en o desarrollo de proyectos de mejora del entorno social y de la sociedad en aspectos culturales, deportivos, medioambientales.

## **1.5. Contacto**

El domicilio de la Fundación radica en Barrio San Agustín, s/n, Elorrio (Bizkaia). Para recoger las peticiones y consultas relacionadas con Fundación EROSKI contamos también con la cuenta de correo electrónico [info@fundacioneroski.es](mailto:info@fundacioneroski.es).

## 2. MEMORIA DE ACTIVIDAD 2018

A continuación, se detallan las actividades desarrolladas en el ejercicio 2018:

### 2.1. Productos informativos

#### 2.1.01. Identificación de la actividad

<b>Denominación de la actividad</b>	Productos Informativos
<b>Tipo de actividad</b>	Actividad propia (no mercantil), cumplimiento fin social
<b>Identificación de la actividad por sectores</b>	Sector consumidor
<b>Función</b>	Comunicación y difusión
<b>Lugar de desarrollo de la actividad</b>	<p>La actividad gira principalmente en torno al proyecto informativo Eroski Consumer, que se realiza tanto en el mundo digital (en internet, con el portal de consumo <a href="http://www.consumer.es">www.consumer.es</a>), como en el mundo físico (revista impresa Consumer Eroski).</p> <p>La actividad en internet se dirige y desarrolla desde la Sede Social de la Fundación Eroski, sita en Elorrio (Bizkaia).</p> <p>La actividad en el mundo físico (revista impresa) se dirige y desarrolla desde la Sede Social de la Fundación, aunque se ejecuta en toda España (la difusión de la revista se hace con carácter nacional).</p>

#### 2.1.02. Descripción detallada de la actividad

1. Concepción, desarrollo, redacción, maquetación, impresión y distribución de la revista impresa Consumer Eroski, que ha contado con una tirada mensual de una media de 140.000 ejemplares por número durante la primera parte del año, y de 40.000 durante la segunda, en que probamos un nuevo modelo de revista, con diferente paginación. Se trata de una revista de información al consumidor, que ofrece contenidos informativos (reportajes, artículos, investigaciones, comparativos, consultorio, entrevista) sobre temas variados (alimentación, seguridad alimentaria, salud, Derecho, economía, bebé, mascotas, nuevas tecnologías, solidaridad y medio ambiente) en materia de consumo. A lo largo del ejercicio hemos revisado la estructura y la paginación de la revista, pilotando un nuevo modelo de revista para calibrar su aceptación por parte de los consumidores
2. Concepción, desarrollo, redacción, maquetación y gestión digital de contenidos de información al consumidor que se integran en el portal de consumo [www.consumer.es](http://www.consumer.es). Se trata de un portal gratuito de información al consumidor,

que ofrece contenidos de los temas anteriores, a los que se añade el Camino de Santiago.

3. Dinamización de contenidos de información al consumidor y de participación de consumidores a través de los perfiles habilitados a tal efecto en redes sociales (Facebook y Twitter).
4. Mantenimiento de las aplicaciones de movilidad de Eroski Consumer.
5. Continuación del desarrollo (junto con Elhuyar Fundazioa) de un proyecto de I+D para la creación de la tecnología de un motor de traducción digital del castellano al euskera, con base en software libre.
6. Trabajo para migrar a un nuevo soporte digital para la gestión de contenidos (CMS).

### 2.1.03. Objetivos e indicadores

Estos son los objetivos e indicadores de esta actividad que reflejan los beneficiarios de la misma:

Objetivos	Indicador	Previsto	Realizado
Audiencia (usuarios únicos)	Usuarios únicos portal web	60.000.000	41.583.945
Audiencia (visitas)	Visitas portal web	55.000.000	48.052.621
Audiencia de residentes en España (visitas)	Visitas portal web de residentes en España	35.000.000	17.871.698
Audiencia revista impresa (lectores)	Número de lectores	1.750.000	1.750.000
Nuevo aplicativo para la gestión de contenidos	Audiencia en visitas	68.000.000	48.052.0621

## 2.2. Formación del consumidor

### 2.2.01. Identificación de la actividad

<b>Denominación de la actividad</b>	Formación del consumidor
<b>Tipo de actividad</b>	Actividad propia (no mercantil), fin social
<b>Identificación de la actividad por sectores</b>	Sector consumidor
<b>Función</b>	Otros

<b>Lugar de desarrollo de la actividad</b>	<p>La actividad se realiza tanto en el mundo digital (en internet, con el portal <a href="http://www.escueladealimentacion.es">www.escueladealimentacion.es</a>), como en el mundo físico (actividades formativas presenciales).</p> <p>La actividad en internet se dirige y desarrolla desde la Sede Social de la Fundación Eroski, sita en Elorrio (Bizkaia).</p> <p>La actividad en el mundo físico (actividades presenciales) se dirige y desarrolla desde la Sede Social de la Fundación, aunque se ejecuta en toda España.</p>
--	--

## 2.2.02. Descripción detallada de la actividad

Concepción, desarrollo y ejecución de campañas (virtuales, en internet, y presenciales, en el mundo físico) de formación al consumidor en diversos temas de consumo responsable, principalmente centrados en la alimentación saludable, la solidaridad y el cuidado del medio ambiente.

Asimismo, se ha continuado con el programa de actuación en centros escolares "Energía para crecer", que promueve la alimentación equilibrada y los hábitos saludables como el ocio activo en los escolares de primaria de nuestro país. Para ello, se ha actualizado el material para su utilización en el aula, y se ha incorporado un nuevo taller de gastronomía de la mano del Basque Culinary Center. El programa cuenta con importantes aliados como Fundación Española del Corazón, Basque Culinary Center, Unicef y WWF (para los aspectos relativos a la alimentación considerada como derecho de la infancia y para los aspectos relativos a la sostenibilidad medioambiental, respectivamente), así como otros recursos para talleres presenciales por parte de los escolares de los centros que han decidido adherirse al programa.

El resultado de este plan ha sido altamente satisfactorio, con varios miles de centros escolares adheridos y miles de escolares formados. Así, en el Programa Educativo de la Fundación Eroski quedó finalista en los IX Premios Corresponsables, reconocimiento que se suma al obtenido en noviembre 2017 a la "Mejor campaña de comunicación de RSC con sociedad civil" de la II Edición de los Premios OCARE (Observatorio de la Comunicación y la Acción de la Responsabilidad Empresarial) y a la más de media docena de reconocimientos y premios obtenidos desde 2013.

Los consumidores que han participado en estas diversas campañas han sido varias decenas de miles, superando las expectativas.

Para poder desarrollar adecuadamente estas campañas, hemos establecido o renovado diversos Convenios de Colaboración con entidades varias:

### 1. Basque Culinary Center:

- a. con la que hemos desarrollado parte de nuestro Programa Educativo "Energía para crecer".

- b. y con quien hemos promovido la recuperación de productos agroalimentarios locales, propios de la cultura gastronómica regional y local de nuestro país, a través del Premio "Cocinando nuestros sabores", dirigido a cocineros profesionales y orientado a mejorar la formación de la sociedad en el conocimiento y apego hacia hábitos alimentarios más responsables con nuestra historia, cultura y equilibrio nutricional.

2. También hemos suscrito, un año más, un Convenio de Colaboración con WWF.

3. También hemos suscrito o continuado con diversos acuerdos y convenios: Convenio de Colaboración con la Fundación para la Hipercolesterolemia Familiar (FHF); Fundación Española del Corazón (FEO); Ikastolen Elkartea; Ehige (Escuela Pública Vasca); Federación de diabéticos de España (FEDE); Sociedad Española de Dietistas y Nutricionistas (SEDYN); Instituto de Estudios Catalanes (CCNIEC). Estos convenios nos han permitido extender nuestras actividades de promoción de la salud a diferentes públicos, especialmente el público infantil.

Ello nos ha permitido, entre otras cosas, el adecuado asesoramiento experto a la hora de conformar nuestras campañas formativas en relación con la alimentación saludable, así como para apoyar sus actividades en la medida en que coinciden con nuestros fines fundacionales (difusión de información al consumidor sobre salud y alimentación saludable, principalmente).

### 2.2.03. Objetivos e indicadores previstos

Estos son los objetivos e indicadores de esta actividad que reflejan los beneficiarios de la misma:

Objetivos	Indicador	Previsto	Realizado
Usuarios de las campañas formativas	Número de consumidores	70.000	80.000
Escolares participantes en el Plan Educativo a través de sus centros escolares	Número de alumnos	200.000	400.000
Convenios de colaboración con entidades	Número de entidades	8	7
Adhesión de nuevos colaboradores (de prestigio y probada responsabilidad social en el campo de la alimentación) al programa educativo "Energía para crecer" y a las actividades de Fundación en promoción de la salud.	Adhesiones confirmadas para el curso escolar 2015-2016 y 2016-2017	2	0
Adhesión de nuevos colaboradores (de prestigio y probada responsabilidad social en el campo de la alimentación) al programa educativo "Energía para crecer" y a las actividades de Fundación en promoción de la salud.	Adhesiones confirmadas para el curso 2016-2017 y 2017-2018	-	2

## 2.3. Solidaridad

### 2.3.01. Identificación de la actividad

<b>Denominación de la actividad</b>	Implicación con el entorno
<b>Tipo de actividad</b>	Actividad propia (no mercantil), fin social
<b>Identificación de la actividad por sectores</b>	Solidaridad
<b>Función</b>	Financiación de actividades de otras entidades
<b>Lugar de desarrollo de la actividad</b>	La actividad se desarrolla en varias localizaciones, ya que implica la colaboración con un elevado número de actividades y proyectos de entidades diversas (asociaciones sin ánimo de lucro, ONG, entidades del tercer sector), tanto a nivel nacional como regional o local, aunque con gran presencia en el País Vasco. Comprende también actividades a nivel internacional, dado el objeto social de algunas de estas organizaciones (de ayuda al desarrollo, por ejemplo). Por ejemplo, en Brasil.

### 2.3.02. Descripción detallada de la actividad

Colaboración y apoyo (en saber hacer y conocimientos, en contenidos, apoyo económico) en proyectos con diversas entidades (entidades sociales, del tercer sector, benéficas, ONG), en fines coincidentes con los propios de nuestra Fundación (solidaridad, sobre todo con el mundo de la discapacidad y con los sectores económica o socialmente más desfavorecidos; solidaridad con colectivos desfavorecidos de los países del Sur; ayuda al desarrollo a través de proyectos de cooperativismo de consumo).

Entidades con las que se ha colaborado en 2018:

- MUNDUKIDE: Convenio de colaboración con el fin de apoyar el desarrollo económico de los países del Sur a través de una experiencia de voluntariado corporativo y la difusión del cooperativismo de consumo.
- EUSKAL GORRAK: Apoyo a la actividad para lograr una mejor integración del colectivo de personas sordas.
- FEKOOR: Apoyo al colectivo de personas con discapacidad física y psíquica de Bizkaia.
- ONCE EUSKADI: Apoyo para la financiación de las actividades de visibilización e integración social de la ONCE.
- ACAMBI: Apoyo en la organización de actividades de fundraising y visibilización social en relación con el cáncer de mama en Bizkaia.
- AECC BIZKAIA: Apoyo a las campañas divulgativas en prevención del cáncer de piel en verano.

- ASPANOI: Colaboración en las actividades llevadas a cabo en beneficio de los niños y niñas con cáncer de Gipuzkoa.
- ASPANAFOA: Colaboración en las actividades llevadas a cabo en beneficio de los niños y niñas con cáncer de Álava.
- AYUNTAMIENTO DE ELORRIO / KAINABERA: Convenio de colaboración para reforzar económicamente la ayuda que el Ayuntamiento de Elorrio y la ONG Kainabera prestan a las familias en riesgo de exclusión social por causa económica.
- BENE: Apoyo a las familias y a los afectados de enfermedades neuromusculares de Bizkaia en sus actividades.
- FUNDACIÓN VASCA ESCLEROSIS MÚLTIPLE EUGENIA EPALZA: Colaboración en sus actividades de concienciación social.
- HAY SALIDA: Colaboración con la campaña para la concienciación social en prevención de la violencia de género.

### 2.3.03. Objetivos e indicadores previstos

Estos son los objetivos e indicadores de esta actividad:

Objetivos	Indicador	Previsto	Realizado
Colaboración con el proyecto de desarrollo internacional de Mundukide. Ayuda al desarrollo fomentando el cooperativismo de consumo en Brasil.	Número de convenios de colaboración	1	1
Colaboración con el Fondo de Emergencias de Médicos Sin Fronteras destinado a atender a damnificados por catástrofes naturales que ocasionan desastres humanitarios.	Número de convenios de colaboración	1	0
Colaboración con el mundo de la discapacidad a través de al menos tres Convenios de Colaboración	Número de convenios de colaboración	2	3
Colaboración con el mundo de la solidaridad a través de al menos dos Convenios de Colaboración	Número de convenios de colaboración	2	8

## 2.4. Cultura e implicación con el entorno

### 2.4.01. Identificación de la actividad

<b>Denominación de la actividad</b>	Cultura e Implicación con el entorno
<b>Tipo de actividad</b>	Actividad propia (no mercantil), fin social
<b>Identificación de la actividad por sectores</b>	Cultura, Deporte, Medio Ambiente
<b>Función</b>	Otros

<b>Lugar de desarrollo de la actividad</b>	La actividad se desarrolla en varias localizaciones, ya que implica la colaboración con un elevado número de actividades y proyectos de entidades diversas (asociaciones sin ánimo de lucro, ONG, entidades del tercer sector, entidades vecinales y culturales, etc.), aunque con gran presencia en País Vasco.
--	--

#### 2.4.02. Descripción detallada de la actividad

Colaboración y apoyo (en saber hacer y conocimientos, en contenidos, apoyo económico) en proyectos de diversas entidades (entidades sociales, del tercer sector, benéficas, ONG), en fines coincidentes con los propios de nuestra Fundación (culturales, deportivos, festivos).

Entidades con las que se ha colaborado en 2018:

- GEREDIAGA ELKARTEA: Colaboración en la organización de la Feria de Durango, con el objetivo de promover socialmente el uso y la difusión del euskera a través de la cultura.
- WWF: Colaboración con la iniciativa “La Hora del Planeta” para concienciar sobre la problemática del cambio climático.
- AYUNTAMIENTO ELORRIO (MUSIKAIRE): Apoyo al festival municipal de cultura de Elorrio (Musikaire).
- ETXEBARRIAKO SAN AGUSTIN PARROKIA: Apoyo a la conservación y el mantenimiento del patrimonio de la Parroquia de San Agustín, de Elorrio, donde tenemos nuestra sede social.
- OLAZAR AIJZO ELKARTEA: Apoyo a la Asociación de Vecinos de Elorrio en sus actividades sociales y culturales,
- ELORRIOKO TXINTXIRRI IKASTOLA: Colaboración en el programa de actividades de la ikastola de Elorrio con motivo de su 500 aniversario,
- Acuerdo con VOCENTO para colaborar con actividades sociales (Subida a Artxanda con finalidad solidaria vía actividad de ocio y actividad física en familia).

#### 2.4.03. Objetivos e indicadores previstos

Estos son los objetivos e indicadores de esta actividad:

Objetivos	Indicador	Previsto	Realizado
Continuar con el apoyo a la lengua y la cultura vasca	Convenio de colaboración suscrito de cara al apoyo a la Feria de Durango	1	1
Participación en la campaña “La hora del Planeta”	Convenio firmado con WWF y participación en la campaña	1	1
Apoyo al entorno local, siendo sensible dentro del presupuesto a iniciativas que encajen en nuestros fines fundaciones y tengan lugar en el entorno local.	Apoyo a iniciativas ajenas	5	5

### 3. PLAN DE ACTUACIÓN 2019

Fundación Eroski, con fecha 16 de enero de 2019, sometió a aprobación de los miembros de su Patronato el presente Plan de Actuación 2019, conforme al formato y modelo establecido por el Real Decreto 1491/2011, de 24 de octubre, por el que se aprueban las normas de adaptación del Plan General de Contabilidad a las entidades sin fines lucrativos y el modelo de plan de actuación de las entidades sin fines lucrativos.

#### 3.1. Productos informativos

##### 3.1.01. Identificación de la actividad

<b>Denominación de la actividad</b>	Productos Informativos
<b>Tipo de actividad</b>	Actividad propia (no mercantil), cumplimiento fin social
<b>Identificación de la actividad por sectores</b>	Sector consumidor
<b>Lugar de desarrollo de la actividad</b>	<p>La actividad gira principalmente en torno al proyecto informativo Eroski Consumer, que se realiza tanto en el mundo digital (en internet, con el portal de consumo <a href="http://www.consumer.es">www.consumer.es</a>), como en el mundo físico (revista impresa Consumer Eroski).</p> <p>La actividad en internet se dirige y desarrolla desde la Sede Social de la Fundación Eroski, sita en Elorrio (Bizkaia).</p> <p>La actividad en el mundo físico (revista impresa) se dirige y desarrolla desde la Sede Social de la Fundación, aunque se ejecuta en toda España (la difusión de la revista se hace con carácter nacional).</p>

##### 3.1.02. Descripción detallada de la actividad

1. Concepción, desarrollo, redacción, maquetación, impresión y distribución de la revista impresa Consumer Eroski, que cuenta con una tirada mensual (11 números anuales, ya que no se realiza en agosto) de unos 100.000 ejemplares al mes. Se trata de una revista de información al consumidor, que ofrece contenidos informativos (reportajes, artículos, investigaciones, comparativos, consultorio, entrevista) sobre temas variados (alimentación, seguridad alimentaria, salud, Derecho, economía, bebé, mascotas, nuevas tecnologías, solidaridad y medio ambiente) en materia de consumo.
2. Concepción, desarrollo, redacción, maquetación y gestión digital de contenidos de información al consumidor que se integran en el portal de consumo [www.consumer.es](http://www.consumer.es). Se trata de un portal gratuito de información al consumidor,

que ofrece contenidos de los temas anteriores, a los que se añade el Camino de Santiago.

3. Mantenimiento de los perfiles sociales en Facebook y Twitter correspondientes al proyecto Eroski Consumer.
4. Mantenimiento de las aplicaciones de movilidad de Eroski Consumer.

### 3.1.03. Recursos humanos previstos

Los recursos humanos previstos para el desarrollo de esta actividad son los siguientes:

Recursos humanos	Previsto*
Personal asalariado	2
Personal con contrato de servicios	10
Personal voluntario	0

\* El cálculo de los recursos se estima en jornadas completas anuales.

### 3.1.04. Beneficiarios o usuarios previstos

Los beneficiarios y usuarios de esta actividad son los siguientes, según la previsión realizada:

Productos informativos	Previsto
<b>Beneficiarios (consumidores)</b>	<b>51.750.000</b>
• Lectores	1.750.000
• Usuarios Web	50.000.000

### 3.1.05. Objetivos e indicadores previstos

Finalmente, se han previsto los siguientes objetivos e indicadores:

Objetivos	Indicador	Previsto
Audiencia (usuarios únicos)	Usuarios únicos portal web	50.000.000
Audiencia (visitas)	Visitas portal web	55.000.000
Audiencia de residentes en España (visitas)	Visitas portal web de residentes en España	35.000.000
Audiencia revista impresa (lectores)	Número de lectores	1.750.000

### 3.3. Formación del consumidor

#### 3.3.01. Identificación de la actividad

<b>Denominación de la actividad</b>	Formación del consumidor
<b>Tipo de actividad</b>	Actividad propia (no mercantil), fin social
<b>Identificación de la actividad por sectores</b>	Sector consumidor
<b>Lugar de desarrollo de la actividad</b>	<p>La actividad se realiza tanto en el mundo digital (en internet, con el portal <a href="http://www.escueladealimentacion.es">www.escueladealimentacion.es</a>), como en el mundo físico (actividades formativas presenciales).</p> <p>La actividad en internet se dirige y desarrolla desde la Sede Social de la Fundación Eroski, sita en Elorrio (Bizkaia).</p> <p>La actividad en el mundo físico (actividades presenciales) se dirige y desarrolla desde la Sede Social de la Fundación, aunque se ejecuta en toda España.</p>

#### 3.3.02. Descripción detallada de la actividad

Concepción, desarrollo y ejecución de campañas y actividades formativas (virtuales, en internet, y presenciales, en el mundo físico) de formación al consumidor en diversos temas de consumo responsable, principalmente centrados en la alimentación saludable, la solidaridad y el cuidado del Medio Ambiente.

Se ha planificado mantener el programa de actuación en centros escolares (llamado “Energía para crecer”), que promoverá la alimentación equilibrada y el ocio activo en los escolares de primaria de nuestro país. Para ello, se desarrollará nuevo material didáctico para su utilización en el aula, en colaboración con entidades expertas previo Convenio, así como otros recursos para talleres presenciales por parte de los escolares de los centros que decidan adherirse al programa.

Se prevé la participación de al menos 400.000 escolares en la totalidad de esta actividad.

Se prevé también la incorporación de contenidos educativos consistentes en el fomento del conocimiento del entorno producto agroalimentario local y regional a partir de la experiencia vivencial directa de los escolares en entornos productivos.

Se prevé el desarrollo de actividades relacionadas con el aprovechamiento formativo del espacio del comedor escolar de los centros escolares adheridos al programa, para lo que se facilitará la adhesión al programa de los actores correspondientes (empresas de catering destacadas en su desarrollo profesional responsable socialmente).

Desarrollaremos también actividades orientadas a las familias para el arraigo de hábitos alimentarios saludables, en el contexto del proyecto “Escuela de Alimentación”, y se llevarán a cabo tanto en el mundo digital como presencialmente.

Para poder desarrollar adecuadamente estas campañas, estableceremos o renovaremos diversos Convenios de colaboración con entidades varias:

1. Basque Culinary Center:

a. con quien contaremos para desarrollar parte de nuestro Programa Educativo “Energía para crecer”,

b. y con quien promoveremos la recuperación de productos agroalimentarios locales, propios de la cultura gastronómica regional y local de nuestro país.

2. También contaremos con un Convenio de Colaboración con la organización medioambientalista WWF.

3. También suscribiremos un Convenio de Colaboración con la Federación de Diabéticos Españoles (FEDE), la Fundación para la Hipercolesterolemia Familia (FHF), la Asociación 5 al Día, la Fundación Española del Corazón (FEC), la Sociedad Española de Dietistas y Nutricionistas (SEDYN), para el adecuado asesoramiento experto a la hora de conformar nuestras campañas formativas en relación con la alimentación saludable, así como para apoyar sus actividades en la medida en que coinciden con nuestros fines fundacionales (difusión de información al consumidor sobre salud y alimentación saludable, principalmente).

### 3.3.03. Recursos humanos previstos

Los recursos humanos previstos para el desarrollo de esta actividad son los siguientes:

Recursos humanos	Previsto*
Personal asalariado	2
Personal con contrato de servicios	6
Personal voluntario	0

\* El cálculo de los recursos se estima en jornadas completas anuales.

### 3.3.04. Beneficiarios o usuarios previstos

Los beneficiarios y usuarios de esta actividad son los siguientes, según la previsión realizada:

Productos informativos	Previsto
<b>Beneficiarios (consumidores)</b>	<b>51.750.000</b>
A. Consumidores (personas físicas) asistentes a las campañas	70.000
B. Escolares adheridos vía centro escolar al plan educativo	400.000
C. Entidades (vía convenios)	8

### 3.3.05. Objetivos e indicadores previstos

Finalmente, se han previsto los siguientes objetivos e indicadores:

Objetivos	Indicador	Previsto
Usuarios de las campañas formativas	Número de consumidores	70.000
Escolares participantes en el Plan Educativo a través de sus centros escolares	Número de alumnos	400.000
Convenios de colaboración con entidades	Número de entidades	8

### 3.4. Solidaridad

#### 3.4.01. Identificación de la actividad

<b>Denominación de la actividad</b>	Implicación con el entorno
<b>Tipo de actividad</b>	Actividad propia (no mercantil), fin social
<b>Identificación de la actividad por sectores</b>	Solidaridad
<b>Lugar de desarrollo de la actividad</b>	<p>La actividad se desarrolla en varias localizaciones, ya que implica la colaboración con un elevado número de actividades y proyectos de entidades diversas (asociaciones sin ánimo de lucro, ONG, entidades del tercer sector), tanto a nivel nacional como regional o local. Comprende también actividades a nivel internacional, dado el objeto social de algunas de estas organizaciones (de ayuda al desarrollo, por ejemplo).</p> <p>Algunas de las acciones recogidas en esta actividad de implicación en el entorno se desarrollan en el mundo digital (internet).</p>

#### 3.4.02. Descripción detallada de la actividad

Colaboración y apoyo (en metodología y conocimientos, en contenidos, apoyo económico) en proyectos con diversas entidades (entidades sociales, del tercer sector, benéficas, ONG), en fines coincidentes con los propios de nuestra Fundación (solidaridad, sobre todo con el mundo de la discapacidad y con los sectores económica o socialmente más desfavorecidos; solidaridad con colectivos desfavorecidos de los países del Sur; ayuda al desarrollo a través de proyectos de cooperativismo de consumo) y dirigidos al fomento del desarrollo del entorno social y de la sociedad.

Destacan en esta actividad la colaboración que desarrollaremos con entidades del mundo de la solidaridad y de la discapacidad, tanto en el entorno estatal como internacional. Siempre con entidades de solvencia acreditada en la gestión de las ayudas recibidas.

La ayuda al desarrollo se canalizará a través del apoyo al proyecto internacional de fomento del cooperativismo de consumo en Brasil que lleva a cabo la Fundación Mundukide, que venimos apoyando desde hace años.

La ayuda económica al Fondo de Emergencia de Médicos sin Fronteras permite la atención ágil e inmediata a los damnificados por desastres naturales en cualquier parte del mundo en que se requiera la presencia de MSF.

### 3.4.03. Recursos humanos previstos

Los recursos humanos previstos para el desarrollo de esta actividad son los siguientes:

Recursos humanos	Previsto*
Personal asalariado	1
Personal con contrato de servicios	1
Personal voluntario	0

\* El cálculo de los recursos se estima en jornadas completas anuales.

### 3.4.04. Beneficiarios o usuarios previstos

Los beneficiarios y usuarios de esta actividad son los siguientes, según la previsión realizada:

Productos informativos	Previsto
<b>Beneficiarios</b>	<b>6</b>
• Entidades (solidaridad)	6

### 3.4.05. Objetivos e indicadores previstos

Finalmente, se han previsto los siguientes objetivos e indicadores:

Objetivos	Indicador	Previsto
Colaboración con el proyecto de desarrollo internacional de Mundukide. Ayuda al desarrollo fomentando el cooperativismo de consumo en Brasil.	Número de convenios de colaboración	1
Colaboración con el Fondo de Emergencias de Médicos Sin Fronteras destinado a atender a damnificados por catástrofes naturales que ocasionan desastres humanitarios.	Número de convenios de colaboración	1
Colaboración con el mundo de la discapacidad a través de al menos dos Convenios de Colaboración	Número de convenios de colaboración	2
Colaboración con el mundo de la solidaridad a través de al menos dos Convenios de Colaboración	Número de convenios de colaboración	2

### 3.5. Cultura e implicación con el entorno

#### 3.5.01. Identificación de la actividad

<b>Denominación de la actividad</b>	Cultura e Implicación con el entorno
<b>Tipo de actividad</b>	Actividad propia (no mercantil), fin social
<b>Identificación de la actividad por sectores</b>	Cultura, Deporte, Medio Ambiente
<b>Lugar de desarrollo de la actividad</b>	<p>La actividad se desarrolla en varias localizaciones, ya que implica la colaboración con un elevado número de actividades y proyectos de entidades diversas (asociaciones sin ánimo de lucro, ONG, entidades del tercer sector, entidades vecinales y culturales, etc.).</p> <p>Algunas de las acciones recogidas en esta actividad de implicación en el entorno se desarrollan en el mundo digital (internet).</p>

#### 3.5.02. Descripción detallada de la actividad

Este eje de trabajo consiste en la colaboración y el desarrollo de proyectos de mejora del entorno social y de la sociedad en aspectos culturales, deportivos, medioambientales.

Colaboraremos y apoyaremos (en metodología y conocimientos, en contenidos, apoyo económico) en proyectos con diversas entidades en fines coincidentes con los propios de nuestra Fundación dirigidos al fomento del desarrollo del entorno social.

En concreto, seremos activos con la promoción de la lengua y la cultura vasca, a través del apoyo a la Feria de Durango entre otras acciones.

Asimismo, colaboraremos en la promoción del cuidado al medioambiente.

#### 3.5.03. Recursos humanos previstos

Los recursos humanos previstos para el desarrollo de esta actividad son los siguientes:

Recursos humanos	Previsto*
Personal asalariado	1
Personal con contrato de servicios	1
Personal voluntario	0

\* El cálculo de los recursos se estima en jornadas completas anuales.

### 3.5.04. Beneficiarios o usuarios previstos

Los beneficiarios y usuarios de esta actividad son los siguientes, según la previsión realizada:

Productos informativos	Previsto
<b>Beneficiarios</b>	<b>5</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Entidades (cultura e implicación con el entorno)</li> </ul>	5

### 3.5.05. Objetivos e indicadores previstos

Finalmente, se han previsto los siguientes objetivos e indicadores:

Objetivos	Indicador	Previsto
Continuar con el apoyo a la lengua y la cultura vasca	Convenio de colaboración suscrito de cara al apoyo a la Feria de Durango	1
Participación en la campaña “La hora del Planeta”	Convenio firmado con WWF y participación en la campaña	1
Apoyo al entorno local, siendo sensible dentro del presupuesto a iniciativas que encajen en nuestros fines fundaciones y tengan lugar en el entorno local.	Apoyo a iniciativas ajenas	3