



Memoria 2019

Estado de información non financeira





Memoria 2019

Estado de
información
non financeira



- **Carta do Presidente**
páx. 4
- **Carta do Consello Reitor**
páx. 6
- **EROSKI, 50 anos contigo**
páx. 8
- **Datos destacados 2019**
páx. 10

1 2 3 4 5 6 7 8

EROSKI

**Rede comercial
e modelo
"contigo"**

páx. 12

páx. 32

**Alimentación
saudable**

páx. 42

**Persoas
traballadoras**

páx. 54

**Cadea
de valor**

páx. 80

Medio ambiente

páx. 92

Acción social

páx. 116

Transparencia

páx. 126



- **Anexo**
páx. 164
- **Informes de verificación independente**
páx. 184

Carta do Presidente 102-14



Diversos motivos fan do 2019 un ano salientable para EROSKI. Un deles é, sen ningunha dúbida, a celebración do noso 50 aniversario. Ademais, logramos un bo acordo de refinanciamento e alcanzamos unha alta porcentaxe de renovación da nosa rede de tendas para o modelo “contigo”. Foi tamén un ano de notables avances en proxectos relacionados coa saúde e a sustentabilidade, como a crecente implantación da etiquetaxe nutricional avanzada Nutri-Score de maneira pioneira na distribución en España, ou a posta á disposición da nosa clientela de diferentes opcións en lugar das bolsas de plástico tradicionais ou de envases alternativos máis sostíbeis. Así mesmo, a aprobación da nova Lei de Cooperativas proporcionáanos un marco normativo máis concreto que nos posibilita competir e desenvolvernos en igualdade de condicións con outras organizacións de diferente estrutura xurídica.

A fusión de sete pequenas cooperativas de consumo alá por 1969 supuxo o xerme deste grupo que, após medio século de funcionamento, situouse entre os principais da distribución en España. Cincuenta anos dun proxecto empresarial baseado nas persoas e na cooperación. Nese percorrido, en EROSKI permanecemos moi próximos aos consumidores e consumidoras, evolucionando á vez que a sociedade e adaptándonos ás súas necesidades e hábitos de consumo. E fixémoslo fieis á nosa razón de ser e á natureza cooperativa. Contribuír á mellora da calidade de vida e influír positivamente no desenvolvemento sostíbeis son dous dos compromisos históricos que EROSKI adquiriu cos consumidores e coa sociedade na súa orixe, e forman parte tamén hoxe da cultura que nos distingue e que vertebrou no tempo a nosa evolución como organización de consumidores e como axente dinamizador moi activo en responsabilidade social.

Enfrontámonos aos retos e tendencias que expón o consumidor actual: as vendas multicanle, a compra de conveniencia, as necesidades dos nosos maiores, a atención á saúde, as compras experienciais ou o crecemento do mercado “verde” e do “local”. Esta sociedade hipercomunicada esixe cambios (e faíno con rapidez, como nunca antes) a empresas de todo tipo de sectores, ás institucións, a todos. A alimentación non foxe desta tendencia, asociámola con todos os bens e todos os males que nos acontecen: a saúde, as doenzas, a contaminación (os plásticos nos mares, o aceite de palma, a deforestación, o final dos recursos...). E a tenda é o lugar onde cristalizan —facéndose visibles— todas esas preocupacións. Só hai unha maneira de facer fronte a esta situación: asumir o cambio, aceptar o reto proposto e construír as solucións. E nós non nos imos esconder. Declarámonos corresponsables e asumimos a nosa parte de responsabilidade para sermos consecuentes con ela. Queremos modificar a nosa actuación como empresa de distribución e tamén queremos influír nos nosos socios clientes, para que modifiquen a súa, a través da información e da formación. A EROSKI correspóndelle actuar para a transformación social co noso proxecto cooperativo, buscando o benestar sostíbeis e, para iso, debemos orientar os esforzos máis para o lado da acción que para o da xustificación.

Hoxe, EROSKI é o resultado claro dun traballo con gran capacidade de achega á sociedade. Despois dun 2019 notable, no que celebramos medio século de existencia, profundaremos en ofrecer aos nosos socios clientes e aos consumidores mellores opcións para facer que as súas compras e consumos sexan máis saudables e máis sostíbeis desde o punto de vista social e ambiental. Tamén profundaremos no desenvolvemento tecnolóxico, que nos permitirá conseguir desenvolvementos innovadores tan diversos como unha xeración de tendas moito

máis eficientes enerxéticamente, ferramentas que posibiliten propostas personalizadas aos clientes ou modelos comerciais de seccións que propicien unha relación persoal e directa coa marca. Traballaremos para propor un amplo conxunto de canles e formatos desde os que os consumidores e consumidoras poidan realizar a súa compra. Xa percorremos un bo treito nese camiño, pero aínda queda moito por facer, e queremos acelerar o noso empeño nesa dirección, impulsados pola fortaleza colectiva interna que nos permitiu chegar ata aquí e que seguro que nos permitirá gañar o noso lugar no futuro respondendo ao que a sociedade espera e merece de EROSKI.

Animo á lectura deste informe anual para coñecer con máis detalle o noso desempeño en 2019 e as nosas accións derivadas do compromiso co desenvolvemento sostíbeis, que referendamos en 2002 coa nosa adhesión ao Pacto Mundial e que renovamos anualmente, en coherencia coa nosa misión e coa decidida vocación de contribuír significativamente á consecución dos 17 Obxectivos de Desenvolvemento Sustentable (ODS) das Nacións Unidas. Esperamos que lles resulte interesante e inspiradora.

Moitas grazas.

Agustín Markaide
Presidente do Grupo EROSKI

Carta do Consello Reitor de EROSKI



Fago esta reflexión sobre o que supuxo o exercicio de 2019 para o noso proxecto cooperativo nun momento excepcional, como é a crise sanitaria da COVID-19, que condicionará, como mínimo, o futuro inmediato da nosa sociedade e, polo tanto, a de EROSKI. Esta situación evidenciou a necesidade de algo que nos caracteriza como organización, e que en 2019 recoñecemos no 50 aniversario da nosa creación: situar ás persoas no centro do noso traballo, orientar o esforzo de cada persoa en beneficio da colectividade e alimentar a solidariedade coa sociedade e en especial cos máis desfavorecidos.

Após 50 anos de traballo cooperativo, en 2019 constatamos importantes avances na adaptación da nosa organización ás necesidades dos socios consumidores, con apostas claras en aspectos chave como son a saúde e a sustentabilidade. Neste sentido, o noso modelo de goberno, no que a capacidade de decisión dos socios traballadores e dos socios consumidores marca as directrices do noso proxecto, está a demostrar a súa eficacia para facer realidade o noso compromiso coa contorna social.

Nestas cinco décadas foron moitas as persoas que desde dentro da nosa organización e desde a colaboración, a dedicación, a profesionalidade e a sensibilidade social contribuíron de forma determinante a que EROSKI sexa hoxe un referente no sector e que a nosa identidade estea amplamente recoñecida, como organización solidaria e comprometida coa saúde e o benestar social. A todas elas quero amosar o noso máis sincero agradecemento.

A nosa evolución como empresa foi da man das transformacións producidas na sociedade. E as nosas singularidades como organización permitíronnos facelo con certa anticipación. Desde as nosas orixes construímos o

noso proxecto baseándonos na proximidade cos consumidores e consumidoras, que foron o catalizador do noso traballo e das nosas actuacións, para poder adaptalas ás súas necesidades e hábitos de consumo.

O presente está cheo de novos desafíos e estamos preparados para afrontalos coas nosas fortalezas. Co compromiso dos socios traballadores e coa implicación dos nosos socios clientes, cuxa participación foi decisiva en iniciativas comprometidas coa saúde e a sustentabilidade, dous elementos que son a punta de lanza da nosa oferta ao consumidor. Un claro expoñente deste compromiso é a consecución en 2019 do Premio NAOS, que concede a Axencia Española de Seguridade Alimentaria e Nutrición, e que recoñece a nosa contribución á adopción de hábitos alimentarios saudables entre a poboación.

2019 foi tamén un ano con importantes decisións no eido societario. Alcanzamos un acordo sólido para a reestruturación financeira e a nova Lei de Cooperativas representa un fortalecemento do noso proxecto. Ambos os casos constitúen un bo respaldo para afrontar o futuro con optimismo e con ilusión renovada na tarefa que temos por diante, para continuar proporcionando maiores cotas de benestar á sociedade no noso ámbito de actuación.

Os logros conseguidos baixo a fórmula da cooperación e a atención posta nos consumidores e consumidoras foron moi importantes nestes 50 anos. A nosa contribución ao benestar da sociedade demostra que a fórmula funciona. Debemos perseverar nesta dirección, mantendo sempre claro quen son os propietarios e protagonistas do noso proxecto, os socios traballadores e os socios clientes, e para eles é todo o que EROSKI xera, para a sociedade na que opera, impulsando iniciativas solidarias

e de responsabilidade social, e tendo sempre presente que no centro do noso traballo estará sempre mellorar a calidade de vida das persoas, que é para o que se creou hai 50 anos como cooperativa de consumo, e debemos ter presente sempre.

Leire Mugerza
Presidenta do Consello Reitor de EROSKI



1969

Nacemento de EROSKI S. Coop. a partir da fusión de sete pequenas cooperativas de consumo



1971

Apertura das primeiras tendas en Navarra



1977

Lanzamento da Marca Propia EROSKI



1978

Inauguración do primeiro supermercado franquiado EROSKI
Inicio das "Escolas do Consumidor"



1981

Apertura do primeiro Hipermercado EROSKI



1983

Constitución como asociación de consumidores



1989

Primeiro distribuidor en retirar da venda os aerosois con CFC en España
Inauguración silo automatizado na plataforma de Elorrio



1990

Lanzamento do primeiro produto de marca EROSKI con Denominación de Orixe
Creación do logo E



1991

Nacemento de FORUM SPORT



1996

Primeira "Operación quilo" en favor do Banco de Alimentos



1997

Nacemento da Fundación EROSKI



1998

Integración de VEGALSA no Grupo EROSKI
Inauguración do Portal de Consumo www.consumer.es



2000

Apertura do supermercado online



2002

Comercialización dos primeiros produtos certificados de Comercio Xusto
Adhesión ao Pacto Mundial das Nacións Unidas.



2003

Lanzamento do primeiro cartón de pagamento EROSKI Rede Visa.



2004

Primeira Memoria de Sustentabilidade
Lanzamento programa "Voluntariado Corporativo"
Compromiso de non usar OGM



2005

Lanzamento dos primeiros produtos "sen glute" marca EROSKI



2006

Comercialización do primeiro produto con certificación de sustentabilidade FSC
Celebración dos primeiros Foros de Opinión de Consumidores (FOCOS)



2007

Adquisición de CAPRABO
Lanzamento do "Semáforo Nutricional"
Inicio do programa "Desperdicio cero"



2009

Lanzamento da primeira bolsa reutilizable



2011

Comezo da Escola de Alimentación e o Programa Educativo sobre Alimentación e Hábitos Saudables
Primeira tenda do modelo comercial "contigo"



2012

Apertura do supermercado "Cero Emisións" de EROSKI en Oñati
Lanzamento da bolsa solidaria



2013

Lanzamento da primeira APP



2014

Lanzamento de EROSKI Club



2015

Crece a alianza internacional ata comprender a 8 distribuidores europeos



2016

Primeira campaña de "fritas e verduras feas"
Acordo co Basque Culinary Center para testar os produtos EROSKI SeleQtiá



2017

Certificación MSC para comercializar peixe fresco de caladoiros sostibles
Nace "Ekilibria"



2018

Renovación dos 10 Compromisos EROSKI en Saúde e Sustentabilidade
Nova etiquetaxe nutricional avanzada Nutri-Score



2019

50 aniversario de EROSKI



Datos destacados 2019



5.266

millóns de euros de facturación



8.204

toneladas de alimentos doados,
equivalente a 10.684 dietas persoais
anuais



28.939

traballadores e traballadoras
no Grupo EROSKI



3.000

produtos sen glute nas nosas tendas,



4.584

millóns de euros de
ventas netas en distribución



38.019

toneladas de residuos recicladas
ou valorizadas seguindo os principios
da economía circular



3.412

empregos estimados en franquías



Premio NAOS

da Axencia Española de Seguridade
Alimentaria e Nutrición á mellor iniciativa
empresarial polo informe nutricional
personalizado EKILIBRIA



1.645

establecementos



10.764

proveedores comerciais



72%

dos postos de responsabilidade están
ocupados por mulleres



22.185

análises de produto e auditorías a tendas,
plataformas e plantas de produción de
proveedores



75

novas aperturas



2.479

pequenos produtores locais



360.404

consultas atendidas polo noso Servizo de
Atención ao Cliente, que foi **premiado por**
oitavo ano consecutivo



442.677

escolares formados a través do noso
Programa Educativo en Alimentación e
Hábitos Saudables



+6

millóns de socios/as clientes



21.907

referencias de produtos locais



15.000

socios/as clientes participaron coas
súas ideas para a mellora da nosa oferta
comercial e das nosas tendas



70%

da nosa marca propia xa ten
unha valoración Nutri-Score A, B ou C



1

EROSKI

El diagrama de estructura organizativa de EROSKI S. Coop. se organiza de la siguiente manera:

- EROSKI S. Coop.** es la entidad central que posee:
 - 100%** de **Cecosa Institucional, S.L.**, **Cecosa Diversificación, S.L.**, **Cecosa Hipermercados, S.L.** y **Cecogoico, S.A.**
 - 82,84%** de **EROSKI Hipermercados, S. Coop.**
 - 60%** de **Inmobiliaria Recaré, S.A.U.**
 - 100%** de **Newcobeco, S.A.**
 - 100%** de **Cecosa Gestión, S.A.**
- Cecosa Institucional, S.L.** posee:
 - 100%** de **Jactus Spain, S.L.**
 - 60%** de **Afersa (Aportaciones Financieras EROSKI, S.A.)**
 - 100%** de **Sociedad de Afiliados EROSKI Contigo, S.L.U.**
- Cecosa Diversificación, S.L.** posee:
 - 100%** de **Viajes EROSKI, S.A.**
- Cecosa Hipermercados, S.L.** posee:
 - 40%** de **Desarrollos Comerciales de Ocio e Inmobiliario de Orense, S.A.**
- Cecogoico, S.A.** posee:
 - 100%** de **Newcobeco, S.A.**
- EROSKI Hipermercados, S. Coop.** posee:
 - 4,49%** de **Gespa Forum, S.C.P.**
 - 13,01%** de **Forum Sport, S.A.**
- Gespa Forum, S.C.P.** posee:
 - 68,59%** de **Forum Sport, S.A.**
- Desarrollos Comerciales de Ocio e Inmobiliario de Orense, S.A.** posee:
 - 98%** de **Desarrollos Comerciales de Ocio e Inmobiliario de Orense, S.A.**
- Sociedad de Afiliados EROSKI Contigo, S.L.U.** posee:
 - 100%** de **Sociedad de Franquicias EROSKI Contigo, S.L.**
- Sociedad de Franquicias EROSKI Contigo, S.L.** posee:
 - 100%** de **Cecosa Supermercados, S.L.**
- Cecosa Supermercados, S.L.** posee:
 - 100%** de **Supermercados Picabo, S.L.U.**
- Vegonsa Agrupación Alimentaria, S.A.** posee:
 - 50%** de **Vegonsa Agrupación Alimentaria, S.A.**
- Peninsulaco, S.L.** posee:
 - 100%** de **Grupo EROSKI de Distribución Gredisa, S.A.**
- Central de Serveis Ciències, S.L.** posee:
 - 100%** de **CAPRABO, S.A.**
- Grupo EROSKI de Distribución Gredisa, S.A.** posee:
 - 100%** de **Caprabo Eisa, S.L.U.**
- Supermercados Picabo, S.L.U.** posee:
 - 100%** de **Vego Supermercados, S.A.**
- Vegonsa Agrupación Alimentaria, S.A.** posee:
 - 100%** de **Vego Supermercados, S.A.**
- Caprabo Eisa, S.L.U.** posee:
 - 100%** de **Caprabo Eisa, S.L.U.**
- Forum Sport, S.A.** posee:
 - 86,99%** de **Forum Sport, S.A.**
- Caprabo Eisa, S.L.U.** posee:
 - 100%** de **Caprabo Eisa, S.L.U.**

Misión, visión e valores102-16

A nosa misión

O frecer á sociedade bens e servizos que melloren a calidade de vida, a saúde e o benestar dos consumidores e consumidoras nas mellores condicións de calidade, información e prezo, co compromiso de fomentar a práctica dun consumo sostible.

A nosa visión

- 1

Integrar as necesidades e demandas dos consumidores na nosa estratexia comercial para facer que as nosas tendas sexan as súas preferidas.
- 2

Poñer aos traballadores e traballadoras no centro da nosa actividade: buscamos xerar emprego sostible e de calidade.
- 3

Traballar para obter uns beneficios que nos permitan xerar máis riqueza e distribuíla de forma solidaria.
- 4

Integrar na estratexia un firme compromiso coa saúde, o benestar e o desenvolvemento sostible da sociedade. Con iso buscamos:

■

Achegar solucións satisfactorias á clientela mediante a innovación permanente.

■

Crear un proxecto e un modelo de empresa integradora de persoas.

■

Promover o desenvolvemento persoal e profesional dos nosos recursos humanos.

■

Alcanzar posicións de liderado no mercado español.

■

Obter beneficios que posibiliten un crecemento xerador de riqueza.

■

Potenciar a economía da contorna na que operamos, traballando con fornecedores locais.

■

Comprometérmonos coa defensa dos consumidores e consumidoras.

■

Promover o respecto e a xestión favorables ao ambiente.

■

Contribuír á mellora da comunidade na que actuamos.

Os nosos valores

En EROSKI, cinco valores definen o noso proxecto empresarial e a maneira de nos relacionarnos coas persoas e coa contorna na que desenvolvemos a nosa actividade:

Cooperación
Os traballadores e traballadoras son protagonistas en EROSKI, non só na cooperativa, onde son tamén propietarios, senón tamén en todas as sociedades, a través do seu compromiso coa organización.

Participación
Incorporamos a opinión dos consumidores na nosa estratexia a través da súa participación na cooperativa e da escoita activa aos nosos clientes.

Responsabilidade social
Contribuímos ao benestar da comunidade na que actuamos, incidindo no seu desenvolvemento social, cultural e económico mediante a distribución solidaria da riqueza.

Innovación
Cremos que a renovación permanente en calquera eido da nosa actuación é necesaria para o progreso empresarial e para nos adaptarnos ás expectativas que a nosa actividade xera na sociedade e nos consumidores.

Compromiso
Integramos no noso día a día a defensa da saúde e a seguridade dos consumidores a través dunha oferta de produtos sans, seguros e saudables, mediante unha información transparente, útil e completa. Ao mesmo tempo, traballamos para reducir os impactos ambientais negativos que xera a nosa actividade.

Compromiso coa saúde e a sustentabilidade102-12

En EROSKI, desde o noso nacemento, hai 50 anos, mantivemos o noso compromiso cunha alimentación de calidade, aumentando constantemente as nosas esixencias para ofrecer un produto máis sostible e satisfacer as necesidades dos nosos consumidores.

Nun contexto no que os impactos da nosa actividade alcanzan unha dimensión non só local senón tamén global, cremos importante aliñar os nosos compromisos como compañía cos 17 Obxectivos de Desenvolvemento Sustentable (ODS), aprobados en 2015 polas Nacións Unidas, e traballar conxuntamente co resto dos axentes económicos, sociais e ambientais. Por esta razón, fomos membros fundadores do Pacto Mundial, unha iniciativa internacional proposta polas Nacións Unidas en 2002 e coa que anualmente reafirmamos o noso compromiso, que promove implementar 10 principios universalmente aceptados para fomentar a responsabilidade social em-

presarial nas áreas dos dereitos humanos e a empresa, normas laborais, o ambiente e a loita contra a corrupción nas actividades e a estratexia de negocio.

Co mesmo espírito, e sendo coherentes co noso propósito fundacional, incorporamos de maneira integral estes principios de desenvolvemento sostible na nosa organización, aliñando os nosos plans estratéxicos e de xestión co obxectivo de reducir e mitigar os impactos negativos e a promoción dos positivos. Por iso, en 2018 elaboramos, en colaboración con máis de 7.800 persoas, os 10 compromisos de EROSKI pola Saúde e a Sustentabilidade, que constitúen o noso norte e o noso roteiro para atender adecuadamente as demandas e as expectativas dos consumidores e da sociedade, e aos que CAPRABO se sumou tamén en 2019.



Un compromiso coa saúde e a sustentabilidade de premio

Premios á Innovación Alimentaria en Euskadi – BTEM 2019

EROSKI foi galardoada cos Premios á Innovación Alimentaria en Euskadi (BTEM 2019), organizados por AZTI e o Cluster de Alimentación de Euskadi, na categoría de Innovación en mercados, por considerala pioneira na aposta pola saúde, a sustentabilidade e o produto local.

Premios CORRESPONSABLES

A Fundación Corresponsables concedeu este ano a EROSKI o recoñecemento como finalista nos X Premios CORRESPONSABLES, na categoría de grandes empresas e fundacións de empresa, grazas á súa iniciativa "Estratexia empresarial en Saúde e Sustentabilidade, 10 compromisos".

Avances destacados nos nosos 10 Compromisos pola Saúde e a Sustentabilidade

Compromisos en saúde e sustentabilidade	Avances destacados 2019	Obxectivos de Desenvolvemento Sustentable (ODS)
1 Implicámonos na seguridade alimentaria Estamos comprometidos coa seguridade alimentaria, a través dun plan de calidade preventivo, o control da rastrexabilidade dos produtos e o mantemento da cadea de frío dos frescos.	▶ 20.141 controis analíticos de produtos e servizos. ▶ 341 auditorías a fornecedores. ▶ 1.703 auditorías a puntos de venda e plataformas.	3 SALUD Y BIENESTAR 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONOMICO 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS
2 Promovemos unha alimentación equilibrada Promovemos o consumo dos alimentos que necesitamos para unha alimentación equilibrada, reducimos nutrientes cuxo consumo excesivo é prexudicial para a saúde nos produtos das nosas marcas e melloramos a calidade das súas graxas saturadas.	▶ 104 produtos de marca propia reformulados para mellorar o seu perfil nutricional. ▶ 64 produtos de marca propia reformulados para eliminar a graxa de palma ou coco dos seus ingredientes.	3 SALUD Y BIENESTAR 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONOMICO 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS
3 Previmos a obesidade infantil Traballamos para previr a obesidade infantil, promovendo e facilitando unha alimentación equilibrada para a infancia, priorizando a calidade nutricional dos nosos produtos infantís e formando a dous millóns de nenos e as súas familias en hábitos de vida saudable para 2025.	▶ 442.677 escolares e as súas familias formados en 2019 a través do noso Programa Educativo en Alimentación e Hábitos Saudables (PEAHS).	3 SALUD Y BIENESTAR 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS
4 Atendemos as necesidades nutricionais específicas Traballamos para que as persoas con necesidades específicas enconren nas nosas tendas todo o necesario para a súa alimentación, ampliando a diversidade da oferta e ofrecendo alternativas, como o noso servizo de encargos ou a nosa tenda online.	▶ 3.000 produtos sen glute nas nosas tendas, máis de 550 das nosas marcas. ▶ 1.630 socios das asociacións de celíacos de Euskadi e A Ríoxa beneficiáronse dun 20% de desconto en 200 produtos específicos sen glute.	3 SALUD Y BIENESTAR 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS
5 Favorecemos un consumo responsable Facilitamos unha alimentación sostible, reducindo o impacto ambiental dos nosos procesos, tendas e produtos. Ademais, promovemos os produtos ecolóxicos e os procedentes de procesos de produción máis sostibles, así como a redución de aditivos artificiais e o benestar animal.	▶ 18% redución en emisións de CO₂ en 2019 respecto do ano anterior, un 34% menos respecto de 2017. ▶ +90 envases e embalaxes ecodeseñados, e redución de +100 toneladas de plástico ao ano. ▶ 6.748 toneladas de alimentos doadas a entidades sociais como parte do noso programa Desperdicio Cero.	1 EN LA POBREZA 2 HAMBRE CERO 6 AGUA LIMPA Y SANEAMIENTO 7 ENERGIA ASOCIABLE Y CUMPLIMIENTO AMBIENTE 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONOMICO 9 INDUSTRIAL, INNOVACIONE, INFRAESTRUCTURA 11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES 13 ACCIÓN POR EL CLIMA 14 VIDA SUBMARINA 15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



Compromisos en saúde e sustentabilidade	Avances destacados 2019	Obxectivos de Desenvolvemento Sustentable (ODS)
6 Ofrecemos máis produtos locais Contribuímos ao desenvolvemento da contorna social e económica das nosas tendas e promovemos a cultura e o desenvolvemento local na comunidade a través de eventos gastronómicos, visitas ás instalacións de produción e colaboración nas festas de maior arraigamento e tradición.	▶ 21.907 produtos locais ofrecidos en colaboración con 2.493 pequenos produtores locais. ▶ 10 millóns de euros destinados a accións sociais nas contornas nas que operamos.	10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGNAIDADES 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES 13 ACCIÓN POR EL CLIMA 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS
7 Facilitamos comer ben a bo prezo Melloramos os prezos nos produtos necesarios para levar unha alimentación equilibrada e responsable e desenvolvemos propostas de aforro personalizadas para os nosos socios/as clientes.	▶ 308 millóns de euros de aforro transferido aos nosos clientes a través de ofertas, promocións e outras campañas.	3 SALUD Y BIENESTAR 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONOMICO 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS
8 Actuamos desde a escoita, con claridade e transparencia Actuamos de forma clara e transparente, contando sempre coa participación dos socios, traballadores e clientes, así como doutros grupos de interese. Ademais, procuramos a máxima claridade e transparencia na información que ofrecen os nosos envases.	▶ 15.786 socios clientes participaron en exercicios de escoita. ▶ 100% produtos de marca propia coa etiquetaxe nutricional avanzada Nutri-Score na tenda, 773 no propio envase. ▶ O 100% das receitas dos pratos saudables propostas incluíron a valoración do Nutri-Score.	16 PAZ, JUSTICIA Y SOCIIDADES SOSTENIBLES
9 Coidámonos como traballadores Promovemos a formación en materia de saúde, benestar e consumo responsable co obxectivo de mellorar a calidade de vida dos nosos traballadores e traballadoras, ofrecendo formación, asesoramento, actividades, programas e ferramentas para o noso persoal e para as súas familias.	▶ +600 traballadores de EROSKI participaron nas 14 accións de formación sobre alimentación equilibrada e saúde. ▶ 191.938 horas de formación en total ás persoas traballadoras.	3 SALUD Y BIENESTAR 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD 5 IGUALDAD DE GÉNERO 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONOMICO 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGNAIDADES
10 Impulsamos un estilo de vida máis saudable Impulsamos a información de calidade sobre saúde e sustentabilidade a través de canles como a revista CONSUMER EROSKI e www.consumer.es . Ademais, dispomos do noso programa de asesoramento personalizado para socios do Club EROSKI.	▶ +45 millóns de visitas en www.consumer.es. ▶ +32.000 socios clientes participaron activamente en retos relacionados cunha alimentación saudable. ▶ +28.000 socios clientes recibiron os informes mensuais de Ekilibria.	3 SALUD Y BIENESTAR 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

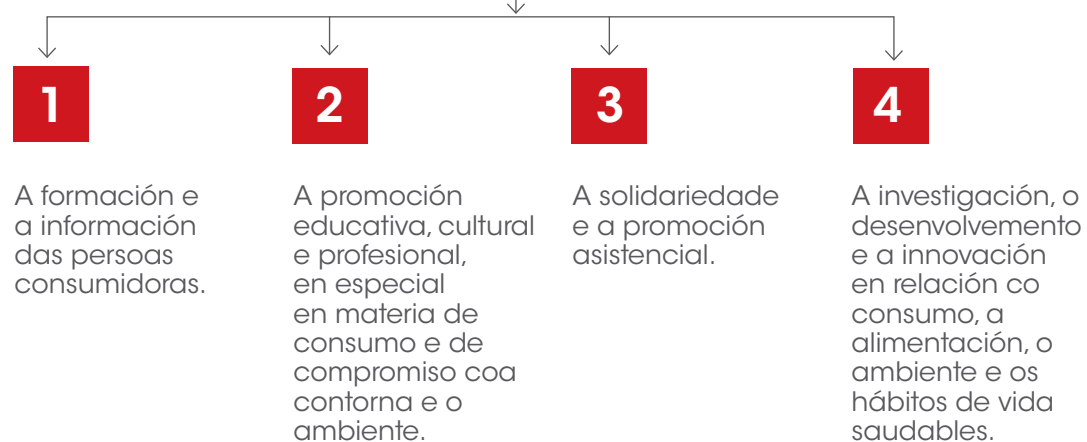
Fundación EROSKI

Para materializar as accións en favor da sustentabilidade, dedicamos un mínimo do 10% dos nosos beneficios ao Fondo de Contribución Obrigatoria para Educación e Promoción Cooperativa e Outros Fins de Interese Público (COFIP). Estes recursos económicos son canalizados a través da Fundación EROSKI, constituída en 1997, que desenvolve a súa actividade segundo catro grandes eixes de actividade.

Para articular estes eixes, a Fundación conta cun equipo técnico multidisciplinar que promove accións en prol dos

consumidores e consumidoras, realiza campañas de divulgación, edita revistas e guías, ofrece bolsas e axudas e colabora con organizacións sociais. O padroado da Fundación garante que o plan de actuación definido anualmente se desenvolva baixo os principios de imparcialidade, independencia, transparencia, eficiencia e responsabilidade.

Entre outras liñas estratéxicas e programas, a Fundación xestiona e promove o programa da Escola de Alimentación ou a publicación CONSUMER EROSKI.



Desempeño económico

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

Para EROSKI, 2019 foi un ano notable. Ademais de celebrar o seu 50 aniversario, concluíu un bo acordo de refinanciamento, alcanzou unha alta porcentaxe de renovación da súa rede comercial ao modelo "contigo" e realizou notables avances en proxectos relacionados coa saúde e a sustentabilidade. A finais de xullo de 2019, EROSKI formalizou a sinatura de reestruturación da súa débeda financeira coas entidades bancarias. O acordo supuxo o respaldo da banca ao proxecto e o plan de negocio de EROSKI, que lle dá cobertura financeira ata 2024. Iso permitirá ao grupo afrontar os retos definidos no seu plan de negocio coas necesidades financeiras cubertas e sen obrigaón de realizar desinvestimentos.

A evolución do negocio foi satisfactoria en termos de actividade, pero especialmente notable en termos de beneficio operativo, que, crescendo substancialmente respecto ao ano anterior, confirma a tendencia de mellora que se está evidenciando nos últimos anos. Esta tendencia permite a EROSKI afianzarse e dar continuidade aos seus plans de mellora da eficiencia da empresa.



Conta de resultados do Grupo EROSKI (datos en miles de euros)

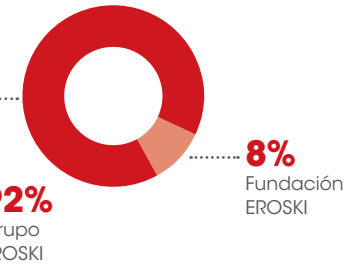
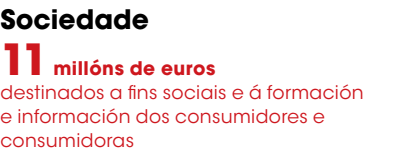
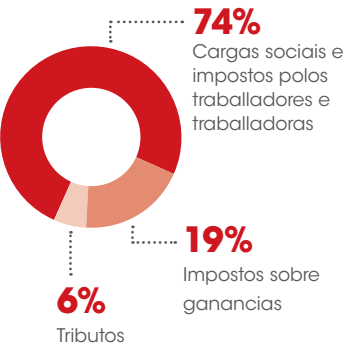
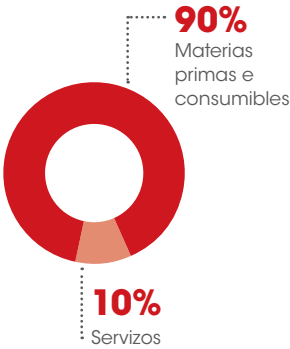
Valor económico directo xerado e distribuído	2019	2018	2017
Ingresos ordinarios	4.835.650	4.959.925	5.035.577
Vendas netas de distribución	4.584.227	4.698.075	4.792.066
Outros ingresos sen rendemento de venda de inmovilizado	251.423	261.850	243.511
Beneficio operativo (antes de deterioracións, resultados de venda de inmovilizado e actividades non correntes)	193.840	163.617	137.367
Deterioración, resultado de venda de inmovilizado e activos non correntes	-162.602	- 42.883	- 20.848
Beneficio antes de financeiros e impostos	31.238	120.733	116.519
Resultado financeiro	57.526	-114.513	- 64.631
Participación en beneficios/perdas dos investimentos aplicando método de participación	1.436	1.712	3.677
Imposto sobre as ganancias	- 45.028	- 2.923	- 32.106
Beneficio neto por actividades interrompidas	0	0	9.754
Resultado do exercicio	45.173	1.586	33.213

Xeramos riqueza na nosa contorna

En EROSKI non só distribuimos os beneficios xerados mediante a nosa actividade empresarial entre as socias e socios traballadores da cooperativa e co resto de sociedades do grupo, senón que, ademais, xeramos riqueza directamente nos distintos actores da nosa cadea de valor:

- nos nosos clientes, a través de ofertas personalizadas, campañas e promocións;
- nas nosas empresas fornecedoras, a través das compras, pola nosa relación comercial e pola nosa política de compras e aprovisionamento, que pretende impulsar un sector agroalimentario sostible;
- nos nosos traballadores, a través das compensacións, polo seu desempeño e outras achegas;
- no Estado, a través das contribucións sociais, impostos, achegas sobre ganancias e outros tributos;
- na sociedade, a través das actividades con fins sociais do Grupo e a Fundación EROSKI e as accións para a protección ambiental que desenvolvemos.

Creación de valor na nosa contorna



Goberno

102-18; 102-30; 102-31; 102-33;

Modelo de xestión do Grupo EROSKI

As sociedades do Grupo acóllense ás directrices de goberno corporativo da matriz EROSKI, S. Coop., que, ao tratarse dunha cooperativa de consumo, ten unha natureza moi particular, caracterizada polo feito de que tanto consumidores e consumidoras como traballadores e traballadoras participan na xestión e na toma de decisións da organización. A única sociedade que ten un modelo de goberno diferente nalgunhas cuestións —aínda que moi semellantes e pactadas co Grupo— é VEGALSA-EROSKI, por ser unha sociedade na que EROSKI só ten unha participación do 50%.

EROSKI vértase a través de dúas comunidades: 1.228.830 socias e socios de consumo (un 4,96% máis que en 2018, con 58.027 novas socias e socios consumidores), persoas cunha conciencia especial sobre a súa natureza consumidora que deciden implicarse na cooperativa, e 9.258 socias e socios de traballo (8.019 de EROSKI,

S. Coop.), dos cales 313 son novos socios de 2019, que achegan capital e o seu traballo como parte do seu compromiso coa organización.

Para a xestión de ambos os colectivos, dotámonos dos correspondentes estatutos e normativas que regulan a organización de cada un deles mediante unha estrutura propia.

O goberno corporativo, a xestión e a representación de EROSKI, S. Coop. residen no seu Consello Reitor. Os Estatutos Sociais establecen as incompatibilidades dos membros do Consello Reitor e da Dirección, e poden ser consultados na web corporativa (<https://www.eroski.es/gobierno-corporativo>). Á súa vez, a Comisión de Nomeamentos e Retribucións vixía que se reúnan os criterios de idoneidade establecidos, encárgase de evitar os conflitos de intereses e ten en conta as cuestións de diversidade de xénero.

Consello Reitor

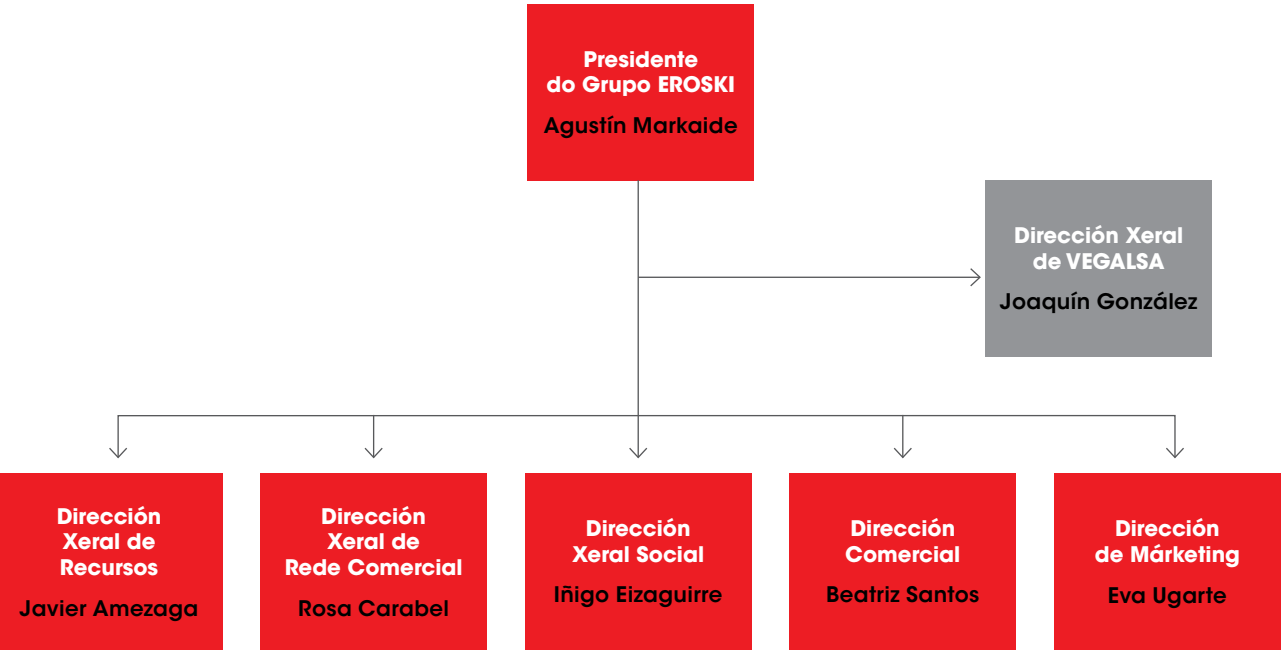


Membros	Vogais
Leire Mugerza Gárate Socia consumidora (independente), presidenta	Oskar Goitia Zubizarreta Socio consumidor (independente)
Edorta Juaristi Altuna Socio traballador, vicepresidente	Nerea Esturo Altube Socia traballadora
Sonia Ortubai Balanzategui Socia consumidora (independente), secretaria	Cristina Gainza Salinas Socia traballadora
	Lander Beloki Mendizabal Socio consumidor (independente)
	Gonzalo Loro Periañez Socio consumidor (independente)
	Ana Isabel Zaríquiegui Asiain Socia traballadora
	Iñigo Arias Ajarrista Socio traballador
	M.ª Asunción Bastida Sagarzazu Socia traballadora
	Eduardo Herce Susperregui Socio consumidor (independente)

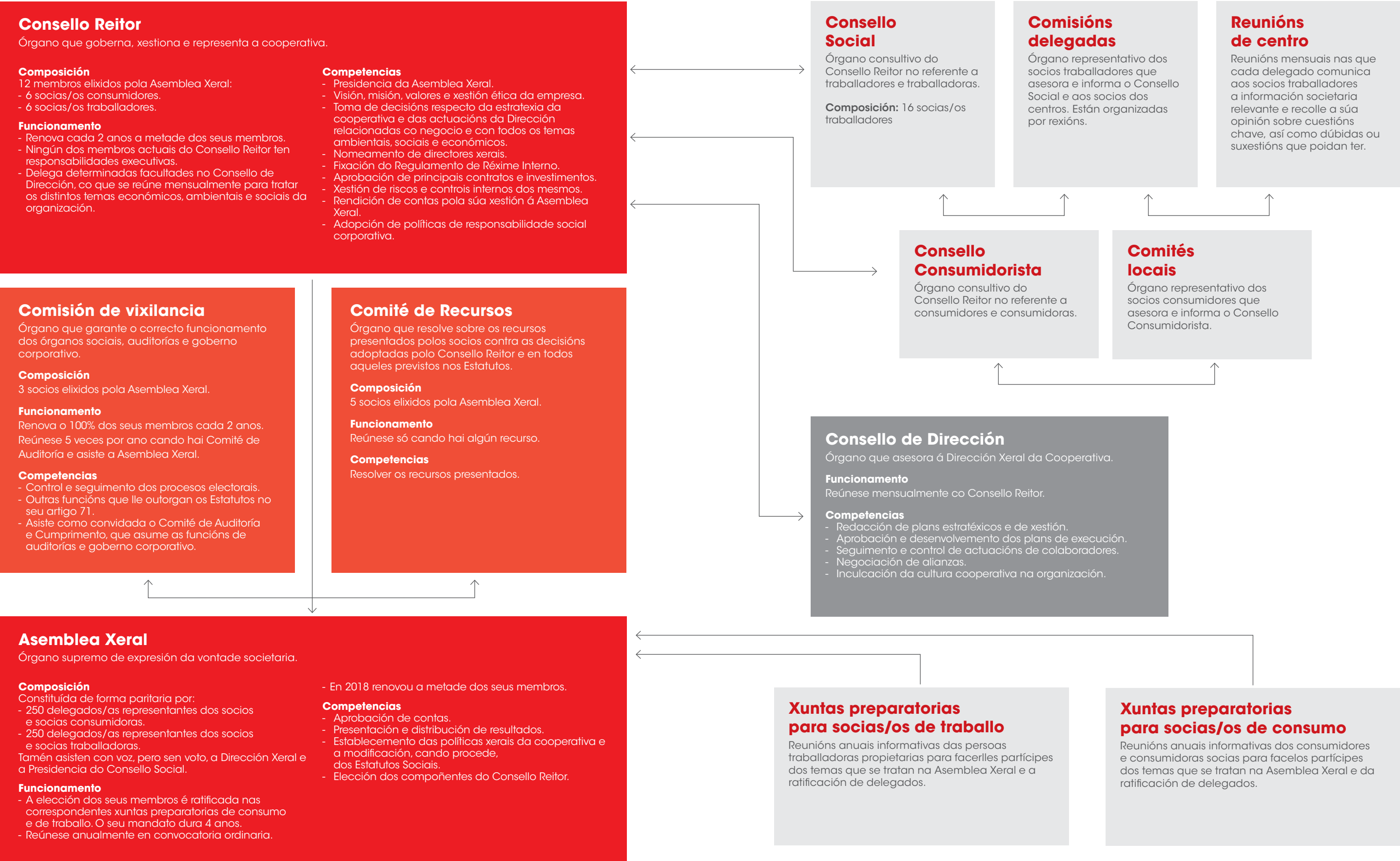
Consello de Dirección



Javier Amezaga Director de Recursos	Eva Ugarte Directora de Márketing	Agustín Markaide Presidente	Rosa Carabel Directora de Rede	Iñigo Eizaguirre Director Social	Beatriz Santos Directora Comercial
---	---	---------------------------------------	--	--	--



Estrutura de goberno en EROSKI, S. Coop.



Xestión ética e responsable

Para asegurar que as actividades e as relacións de EROSKI se realizan de maneira honesta e ética, contamos cun Código de Conduta comunicado aos nosos traballadores, socios e fornecedores, e á disposición de todos os grupos de interese na nosa web corporativa. No relativo a sancións, contamos co Regulamento de Réxime Interno de EROSKI, S. Coop., que se aplica a todo o Grupo.

Para velar pola reputación e a credibilidade da nosa organización, evitamos actividades desaliñadas cos nosos intereses, cumprimos as normas que establecemos, colaboramos coas autoridades competentes, facemos bo uso dos activos da organización e rexeitamos pagamentos, obsequios e atencións indebidas.

EROSKI conta con canles e medios confidenciais para consultar ou notificar calquera cuestión relacionada co Código e o seu procedemento. Así, existe unha dirección de correo electrónico, un teléfono e un formulario de entrega vía postal. O responsable da Oficina de Cumprimento, a través do OCI (Órgano de Control Interno), é a persoa designada polo Comité de Auditoría e Cumprimento do Consello Reitor para recibir, canalizar, facer seguimento, informar e documentar estas notificacións e consultas. O Comité de Auditoría supervisa o funcionamento dos procedementos establecidos na recepción das consultas e notificacións e valida a resposta dada nas mesmas.

Loita contra a corrupción e o branqueo de capitais 205-1

As actuacións levadas a cabo en materia de anticorrupción e contra o branqueo de capitais enmárcanse na implantación da política de *Compliance* por parte do Grupo EROSKI. Desde o ano 2017, dispomos dun Plan de Prevención de Riscos Penais no que se establece o deseño da política preventiva e se definen as medidas de control interno que deben implantarse. Para iso, elaborouse un Manual de Prevención de Riscos Penais, que inclúe:

- O detalle das situacións de risco que eventualmente poida ter que afrontar o Grupo.
- O establecemento dos protocolos de actuación perante operacións que entrañen un potencial risco delituoso.
- A formulación das recomendacións necesarias para o deseño dunha política eficaz de prevención de delitos, onde tamén se define o modelo de delegación e control do Grupo canto á notificación de incidencias, implantación de medidas ou mellora das xa establecidas, e a comunicación de condutas delituosas ao Consello de Administración.

Para cumprir as obrigacións en materia de *Compliance* dispomos do Órgano de Control Interno. Este conta co auxilio da Oficina de *Compliance*, que se encarga da xestión e a implantación do Plan de Prevención de Riscos Penais.

Adicionalmente, para dar cumprimento ás recomendacións do SEPBLAC, autoridade supervisora en materia de prevención do branqueo de capitais, e á obrigación da implantación de políticas en materia de prevención de branqueo de capitais e financiamento do terrorismo, durante 2019 leváronse a cabo:

1. Unha avaliación do risco de branqueo determinando os riscos reais pola actividade económica que realiza o Grupo EROSKI, os produtos que comercializa e os clientes cos que contrata. Os riscos —así como as medidas e as políticas necesarias para abordalos— foron sinalados nun Informe de Autoavaliación do Risco. As principais áreas de risco localizadas na área de negocio de Supermercados, Hipermercados e Viajes EROSKI foron as compras realizadas en puntos de venda por clientes en curtos prazos de tempo, de forma habitual e constante, e nos que cada compra non supera o importe de 2.500 euros en efectivo para unha posterior revenda do produto; e na área de negocio de Desenvolvemento o maior risco son as transaccións de vendas de activos inmobiliarios con clientes estranxeiros.

2. Nomeamento dun representante perante o SEPBLAC.

3. Elaboración dun manual interno en materia de prevención de branqueo de capitais e financiamento do terrorismo onde se recollen, entre outras, as políticas e os procedementos adecuados que deben implantarse no Grupo para a prevención do branqueo (diligencia debida, información, conservación de documentos, xestión de riscos, detección de operacións sospeitosas, establecemento dun plan de formación persoal en formación do risco do negocio, etc.).

Xestión de impactos e riscos 102-15; 102-30; 02-31

A identificación, a avaliación e a xestión dos impactos, os riscos e as oportunidades de carácter económico, ambiental e social corresponden principalmente ao Comité de Auditoría e Cumprimento e ao Órgano de Control Interno de EROSKI, S. Coop., que se encargan de informar puntualmente o Consello Reitor que, en último termo, é o órgano responsable de velar polo cumprimento das normas internas relativas á xestión de todos os riscos que poidan ameazar á organización.

Ademais, a compañía conta cun Plan de Prevención de Riscos Penais, revisado anualmente, no que se identifican os delitos que contarían cunha maior probabilidade de ser cometidos dentro das actividades desenvolvidas no Grupo EROSKI. Este plan ten como alcance o Grupo EROSKI (Forum Sport e Viajes EROSKI foron incluídos en 2019), con excepción de VEGALSA-EROSKI, que ten o seu propio.

No este Plan sinálanse os departamentos ou áreas que se encontrarían máis afectados pola súa potencial comisión, as actuacións que levarían a infrinxir a regulación e as

O noso Código Ético

O noso Código Ético é o eixe da xestión diaria, que na práctica corresponde ás seguintes liñas de actuación:

Incluír
a xestión ética entre os obxectivos principais da Dirección.

Asumir e contribuír
á mellora continua dos niveis de responsabilidade social recollidos na lexislación.

Verificar
a través de indicadores a conduta ética da organización para definir as áreas de actividade que precisan mellora.

Fixar obxectivos
de mellora na xestión ética e elaborar e adoptar plans para a súa consecución.

Formar e informar
adecuadamente a todas as persoas involucradas na aplicación do sistema de xestión e promover a adopción de boas prácticas de responsabilidade social.

Informar
adecuadamente sobre o Código Ético adoptado a fornecedores e subcontratistas e crear mecanismos para a transferencia do coñecemento sobre a responsabilidade social.

Atender
ás partes interesadas externas (consumidores, comunidades de veciños, Administración, clientes, fornecedores, etc.) que indaguen sobre o noso comportamento social.

Comunicar
á sociedade, aberta e eficazmente, o noso Código Ético, as súas normas e o cumprimento dos seus obxectivos.

medidas de prevención que deben ser implantadas polos grupos de risco, así como os procesos de monitorización que se desenvolverán para a súa inspección ou acreditación. Neste sentido, en relación cos delitos contra os recursos naturais e o ambiente, están previstas determinadas actuacións de risco que poderían ser levadas a cabo por distintos departamentos de EROSKI, así como medidas de prevención para evitalas, e os controis específicos implantados, que, basicamente, constan de sistemas de reporting entre os distintos órganos do Grupo. Ademais, contamos cunha póliza de responsabilidade ambiental, que ten un límite agregado anual para todas as coberturas de 10 millóns de euros e un límite por sinistro para todas as coberturas de 5 millóns de euros.

Neste contexto preventivo, anualmente, o Consello Reitor realiza tamén unha análise en profundidade dos riscos corporativos en xeral. No Informe Anual de Goberno Corporativo (apartado E), dispoñible na páxina web de EROSKI, proporciónase información relativa aos riscos (alcance do sistema de xestión de riscos, órganos responsables do sistema de xestión de riscos, riscos materializados no exercicio, etc.).

Modelo de xestión de VEGALSA-EROSKI

Como foi indicado previamente, Vegonsa Agrupación Alimentaria, S.A. (VEGALSA), ao ser unha sociedade na que EROSKI só ten unha participación do 50%, conta cun modelo de goberno diferente nalgúns cuestións, aínda que moi semellantes e pactadas co Grupo.

O presidente do Consello de Administración de Vegonsa Agrupación Alimentaria, S.A. é Javier Amezaga, director xeneral de Recursos de EROSKI. O Consello de Administración, órgano superior de toma de decisións de VEGALSA-EROSKI, réunese mensualmente en sesión ordinaria. Autoriza decisións relativas a aperturas, peches e traslados de establecementos comerciais, investimentos superiores a determinadas cantidades (regulamento), mudanzas no equipo directivo, etc., e anualmente marca as directrices para a elaboración do Plan de Xestión (obxectivos cualitativos) e dos orzamentos económicos anuais.

O Consello de Administración, na súa escritura de constitución, delega na Dirección Xeral decisións adecuadas a este cargo, a fin de lograr o bo funcionamento da empresa, exceptuando aquelas indelegables. Así mesmo, o Consello de Administración concedeu apoderamentos a algúns directivos para o exercicio de determinadas funcións.

O director xeral de VEGALSA-EROSKI é Joaquín González, que, xunto co resto de direccións, se reúne quincenalmente no Comité de Dirección para tratar asuntos de importancia para a sociedade, sexan estes previstos ou acontecidos no decurso da actividade, para a toma de decisións e seguimento das mesmas.

O Consello Interno é o órgano que decide que proxectos e asuntos se presentan a través do director xeral no Consello de Administración; e o Comité de Investimentos analiza a adecuación dos investimentos aos obxectivos empresariais e os Plans Vía de rendibilidade ou eficiencia.

Xestión ética e responsable en VEGALSA-EROSKI

En VEGALSA-EROSKI contamos tamén cun órgano, o Comité de Cumprimento, encargado de controlar o cumprimento do Código Ético, as políticas e os procedementos. Está composto por tres membros: o director do Departamento de Persoas, o director da Área Corporativa e un avogado externo, co soporte funcional da sección de Cumprimento do Departamento Xurídico.

Así mesmo, tamén dispomos dunha canle de denuncia, a través de correo electrónico, teléfono e formulario en papel, para recoller todas aquelas denuncias do persoal que teña indicios ou sospeitas da comisión dalgún deli-

to ou da vulneración do establecido no Código Ético ou nas políticas de cumprimento, e poder poñelo en coñecemento do organismo interno designado para iso.

En VEGALSA-EROSKI dispomos de seis políticas de cumprimento: privacidade e confidencialidade; anticorrupción; conflito de intereses; compras e contratacións; doazóns e patrocinios; e atencións e agasallos. Respecto desta última materia, durante 2019 foi aprobado e publicado o Procedemento e Rexistro de Agasallos e Atencións.

Xestión de impactos e riscos

No marco do control interno da empresa, VEGALSA-EROSKI conta con dous sistemas de xestión de riscos: o Sistema de Xestión de Riscos Corporativos e o Programa de Prevención e Control de Delitos-Riscos Penais (Compliance). Ambos os dous funcionan de forma independente, pero paralela e coordinada. Teñen a súa propia estrutura de xestión e control, con senllos órganos creados para o efecto, aínda que a responsabilidade máxima e decisión final recae no Consello de Administración. Estes órganos son o Comité de Análise de Riscos (CAR), que se encarga dos riscos corporativos, e o Comité de Cumprimento, que xestiona os riscos penais.

Coa periodicidade marcada en cada caso, no Consello de Administración valóranse e achéganse cuestións para a súa inclusión tanto no Sistema de Xestión de Riscos Corporativos como no Plan de Cumprimento, e dándose opinións sobre a relevación de determinados impactos e a frecuencia coa que se debe informar. O Consello de Administración validou tanto a elaboración como a xestión de ambos os sistemas. Así mesmo, o Consello de Administración aprobou as normas e a metodoloxía que deben seguir os procesos de dilixencia debida. No Manual de Prevención e Control de Delitos inclúese un protocolo de toma de decisións que deberán ter en conta todos os órganos con poder de decisión e funcións na formación da vontade societaria.

O Comité de Análise de Riscos dá parte dúas veces ao ano ao Consello de Administración, e unha vez ao ano ao Comité de Cumprimento, onde fai un descargo dos riscos e informa das cuestións de interese. A Sección de Cumprimento do Departamento Xurídico realiza dous descargos anuais, previos ao do Comité de Cumprimento, ao que informa de calquera anomalía detectada.

Consello de Administración de Vegonsa Agrupación Alimentaria, S.A.

- Javier Amezaga (presidente)
- Rosa M.ª Carabel (vogal)
- Jorge González (vogal)
- José Alonso (vogal)



Código Ético de VEGALSA-EROSKI

O Código Ético recolle os principios éticos e os valores que aplicamos en todos os eidos da nosa actividade e complementase coas políticas de cumprimento e os seus correspondentes procedementos.

1

Legalidade: estrito cumprimento da Lei e da normativa interna.

2

Compromiso coa saúde e coa seguridade das persoas.

3

Máximo respecto, equidade e dignidade no trato a todos os empregados, colaboradores, socios, competidores e demais terceiros vinculados coa Sociedade.

4

Criterios obxectivos na selección e promoción dos traballadores.

5

Transparencia, obxectividade e profesionalidade no desenvolvemento de todas as súas actividades e das relacións cos grupos de interese.

6

Uso racional e adecuado de todos os recursos, salvagardando os activos da Sociedade.

7

Intimidade, **protección de datos** e información confidencial.

8

Compromiso co medio ambiente.



2

**Rede
comercial
e modelo
"contigo"**

Compromiso
cos nosos
clientes

Os nosos negocios e enseñas

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



Avontade de EROSKI de avanzar no desenvolvemento do negocio cara a un modelo de empresa multiformato permitiu que a organización conte cunha rede comercial de 1.348 establecementos vinculados á alimentación, ademais de dispor de 289 establecementos de negocios diversificados entre axencias de viaxes, gasoleiras, tendas deportivas, ópticas e seguros.

Destas, 1.088 tendas son propias do Grupo EROSKI, están situadas en España, onde dan servizo a todo tipo de clientes, e son xestionadas por 28.939 traballadores e traballadoras. Ademais, contamos con 549 tendas franquia-

das con presenza fóra das nosas fronteiras: Andorra e Xibraltar (pertencente ao Reino Unido). Nas últimas dúas décadas, tamén é salientable o noso desenvolvemento en internet a través de oito tendas *online* diferentes. No capítulo 8 sobre Transparencia inclúese unha relación dos nosos negocios coas sociedades do Grupo EROSKI.

Varias entidades especializadas en zonas xeográficas e liñas de negocios concretos son consecuencia, no Grupo EROSKI, da nosa procura dunha maior calidade e excelencia nos produtos e servizos que ofrecemos. Entre elas destacan:



CAPRABO
É a empresa de supermercados máis antiga de España: celebrou o seu 60 aniversario en 2019 e forma parte do Grupo EROSKI desde 2007, cunha rede de supermercados que abarca zonas estratéxicas de Cataluña e Andorra.



VEGALSA-EROSKI
Forma parte do Grupo EROSKI desde 1998 e é o referente da distribución comercial en Galicia. Participada ao 50% pola familia Ventura González e EROSKI. Actualmente desenvolve tamén a súa actividade nas comunidades limítrofes de Asturias e Castela e León, onde conta cunha forte implantación e diferentes enseñas ademais de EROSKI, como Familia e Onda.



FORUM SPORT
Enseña de deportes do Grupo EROSKI, con 25 anos de experiencia na venda especializada de material deportivo e presente en 12 comunidades autónomas. A súa rede comercial inclúe varias tendas especializadas en *zapatillas deportivas* e roupa para mozos coa marca Dooers.



GASOLINEIRAS
EROSKI conta en 2019 con 42 gasoleiras, situadas estratéxicamente xunto aos seus hipermercados e supermercados. As gasoleiras EROSKI manteñen a política da cooperativa de trasladar aos seus clientes os mellores prezos, facilidades de pagamento e descontos.



Viajes EROSKI
Axencia de viaxes do Grupo EROSKI (incluíndo tamén Viatges Caprabo, en Cataluña, ademais das súas oficinas *online* www.viajeseroski.es e www.viatgescaprabo.com). Ademais da súa actividade no sector das vacacións, destacan o seu servizo de atención exclusiva ás empresas nas principais cidades (Madrid e Barcelona, entre elas), e unha división especializada na organización de convencións e congresos (Travel Air Events). Travel Air forma parte de GEBTA (Guild European Business Travel Agents) e ITP (International Travel Partnership).



ÓPTICAS
EROSKI dispón dunha cadea de 11 centros ópticos cos mellores profesionais, produtos, servizos e garantías. Nas súas ópticas ofrécese unha variada gama de produtos de calidade e deseño: lentes graduadas e de sol, lentes de contacto, líquidos e accesorios, etc.

Número de tendas do Grupo EROSKI e franquías por negocio

Total tendas Grupo EROSKI 1.645	Negocio	Propias	Franquías	Total
	Hipermercados	46	1	47
	Supermercados	760	522	1.282
	Cash & Carry	19	-	19
	Gasoleiras	42	-	42
	Ópticas	11	-	11
	Axencias de viaxes	141	25	166
	Tendas de material deportivo FORUM SPORT	69	1	70
	Tendas <i>online</i>	8	-	8

Véxase a Táboa 2 do Anexo de Indicadores para comparativa con anos anteriores.

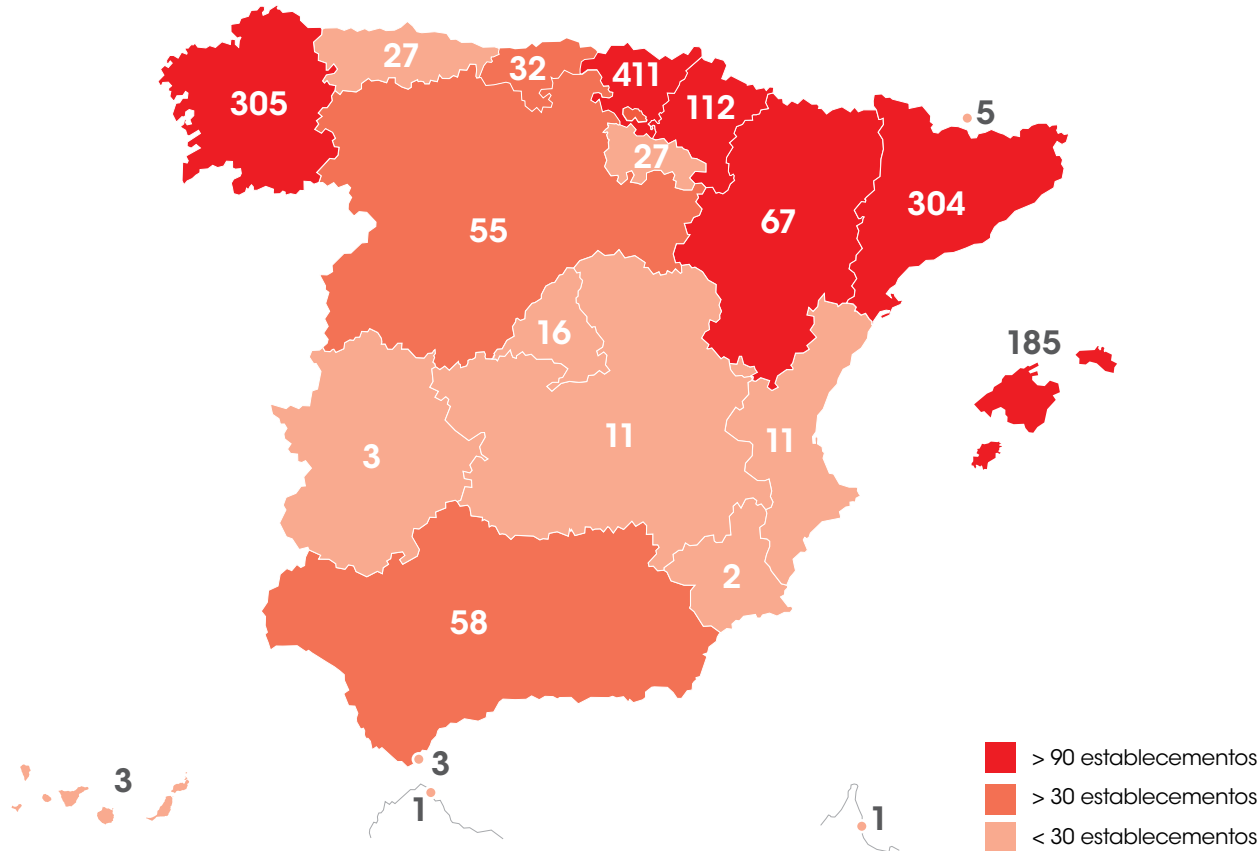
Número de supermercados do Grupo EROSKI e franquías por enseñas

Total supermercados Grupo EROSKI 1.282	Enseña de supermercados	Propios	Franquías	Total
	EROSKI/City*	297	259	556
	CAPRABO	226	71	297
	EROSKI/Center	162	2	164
	ALIPROX	-	112	112
	FAMILIA	75	-	75
	ONDA	-	57	57
	RAPID	-	21	21

Véxase a Táboa 3 do Anexo de Indicadores para comparativa con anos anteriores.

* A cifra de EROSKI/City inclúe os establecementos MERCA, cuxa cifra en anos anteriores era presentada desagregada.

Distribución por comunidades autónomas e negocios dos establecementos



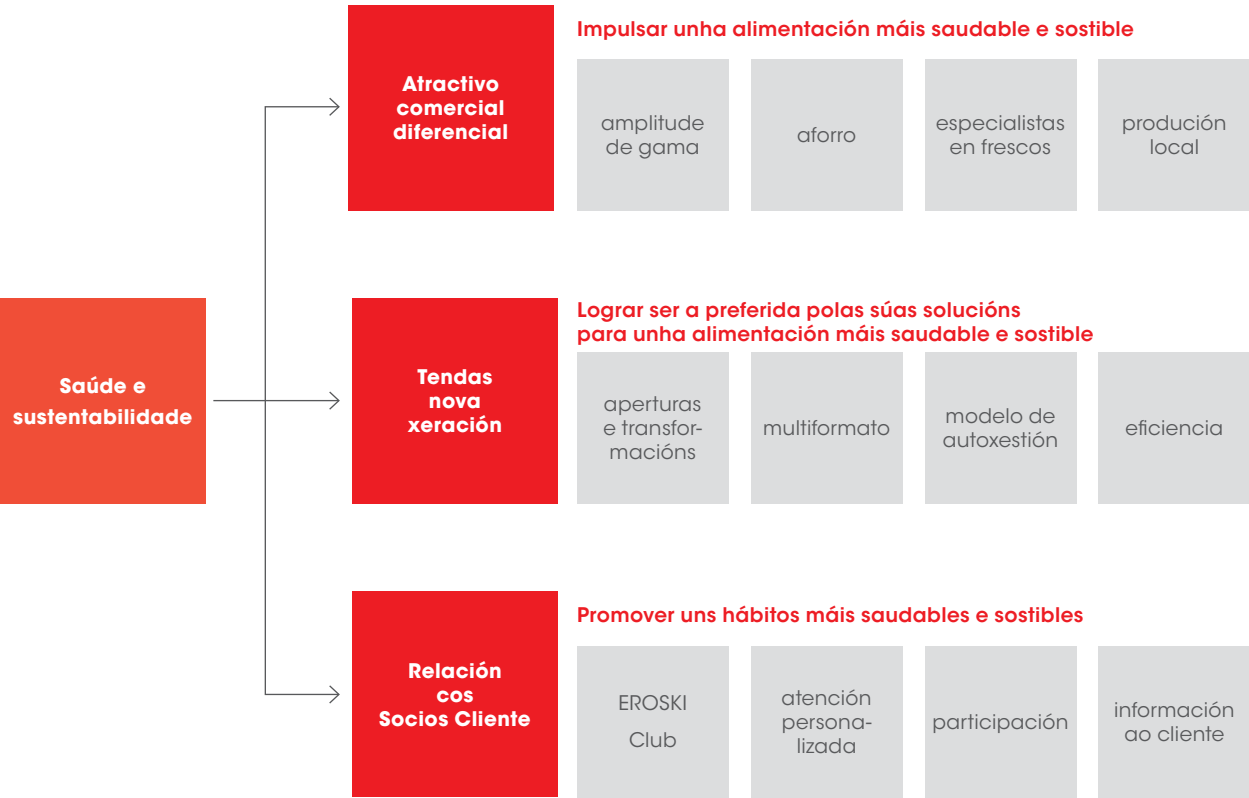
	Establecimientos propios							Establecimientos franquiciados						
	Negocios alimentación			Negocios diversificados				Negocios alimentación			Negocios diversificados			
	Hipermercados	Supermercados	Cash & Carry	Gasolineiras	Ópticas	Axencias de viaxes	Lecer - Deporte*	Total propios	Hipermercados	Supermercados	Axencias de viaxes	Lecer - Deporte*	Total franquiciados	Total
Andalucía	5			1	1	1		8		49	1		50	58
Andorra								0		5			5	5
Aragón		36		1		5	2	44		23			23	67
Asturias	1	10	1	2		5	7	26		1			1	27
Cantabria	1	8		1		5	5	20		9	3		12	32
Castela e León	1	20		1		9	12	43		10	1	1	12	55
Castela A Mancha	3			2		2		7		4			4	11
Cataluña	1	224		2		3	1	231		73			73	304
Ceuta								0		1			1	1
Comunidade Valenciana	3			1		1	2	7		4			4	11
Estremadura						1		1		2			2	3
Galicia	5	145	18	4		5	2	179		122	4		126	305
Xibraltar								0		3			3	3
Illas Balears		107		3				110		75			75	185
Illas Canarias	1							1					0	1
A Ríoxa	1	10		1		7	3	22		5			5	27
Madrid						4	1	5		11			11	16
Melilla								0	1				1	1
Murcia	1						1	2						2
Navarra	2	53		4	1	15	6	81		28	3		31	112
País Vasco	21	147		19	9	78	27	301		97	13		110	411
Total	46	760	19	42	11	141	71	1.090	1	522	25	1	549	1.637

*Lecer-Deporte inclúe FORUM SPORT e Dooers. Véxase a Táboa 4 en Anexo para comparativa con anos anteriores.

O noso modelo comercial "contigo"

O noso modelo comercial "contigo" pretende ofrecer sempre un extra de calidade e servizo aos nosos clientes, que, xunto coa promoción da saúde e a sustentabilidade, sitúanse no centro da nosa estratexia, tal como recollen os nosos compromisos.

Eixes estratéxicos do noso modelo "contigo"



Atractivo comercial diferencial: calidade e aforro

O modelo comercial "contigo" distínguese pola súa especialización en frescos, unha ampla gama de produtos cunha maior liberdade de elección e unha sólida aposta polos produtos locais. Ademais, ofrecemos aos nosos clientes unha alimentación equilibrada, da máxima calidade e máis sostible,

mantendo sempre uns prezos competitivos que faciliten o aforro aos consumidores. Proba diso son as campañas de aforro (como "Regalámosche o IVE"), que supuxeron en total máis de 308 millóns de euros de aforro transferidos aos nosos clientes no pasado exercicio.

Tendas de nova xeración

Novidades 102-10

En 2019 continuamos avanzando na transformación de supermercados e hipermercados cara ao modelo comercial "contigo". Xa son máis de 830 tendas EROSKI as que foron transformadas, e destacan ademais as remodelacións en mercados fóra das zonas norte, centro e oeste, como Baleares, onde xa alcanza o 70% da súa rede, e o inicio da transformación de tendas tamén en Cataluña.

Ademais, complementamos as transformacións coa apertura de tendas propias e franquizadas que afianzan a nosa posición. Así, en 2019 seguimos impulsando un plan de expansión de tendas franquizadas coa inauguración de máis de medio centenar de novos establecementos, que supuxeron un investimento de 8,7 millóns de euros e xeraron 346 postos de traballo, e que se suman ás 17 novas tendas propias, entre gasoleneiras, tendas de lecer e deporte, supermercados e axencias de viaxes.

Avanzamos na omnicanalidade

EROSKI avanza nunha proposta omnicanle que pretende atender o cliente onde, como e cando queira a través de diferentes formatos de tenda e distintas canles dixitais, poñendo ao seu alcance ferramentas que derruban as barreiras tradicionais entre a canle *online* e a *offline* e melloran a experiencia de cliente. Para iso dispomos da app EROSKI, que en 2019 tivo como novidade destacada a posibilidade de incluír nela o ticket de compra dixital, unha función que axuda aos nosos clientes e ao medio ambiente. Tamén continuamos desenvolvendo a funcionalidade de realidade aumentada, coa incorporación de *Kenko*, unha mascota virtual que ensina aos nenos e nenas a levar unha alimentación máis saudable mediante xogos.

O noso supermercado *online* é outra ferramenta básica na nosa estratexia de dixitalización e omnicanalidade. En 2019 desenvolvemos novas funcionalidades nel, incluíndo un novo modelo de valoracións de produto con opinións verificadas, que permite aos nosos clientes identificar facilmente os seus produtos *favoritos*. Ofrece, ademais, distintas opcións de recollida, como o Click & Drive e o Click & Collect, que permiten aos consumidores e consumidoras realizar os seus pedidos en calquera momento a través da web ou da app e recollelos no mesmo día, co seu vehículo ou de camiño a casa. En 2019 incorporamos nun dos nosos hipermercados unha nova modalidade de entrega pioneira no País Vasco: os compartimentos intelixentes, que permiten a recollida do pedido en catro horas desde a súa realización. Froito da nosa implicación, fomos recoñecidos por terceiro ano consecutivo co Premio Comercio ao "mellor súper *online* do ano".

Dentro das melloras realizadas en 2019, destaca tamén a renovación da sección de téxtil e calzado en 35 hipermercados, acompañando o lanzamento do noso novo modelo de moda coa marca MO, dirixida a toda a familia.

Así mesmo, seguimos diversificando a nosa oferta buscando outras liñas de negocio. En 2019 inauguramos en varios hipermercados un novo espazo especializado en saúde, VITAE, que inclúe servizos especializados en parafarmacia, óptica e audición. Ademais, Viajes EROSKI lanzou en 2019 unha nova liña de negocio de renting de vehículos xunto a ALD Automotive, que está dispoñible de xeito multicanle tanto nas oficinas como a través da web www.eroskimovilidad.com.



Relación cos Socios Cliente

EROSKI Club

A través de EROSKI Club e do seu cartón Ouro, queremos revitalizar a figura do Socio Consumidor da Cooperativa, ofrecéndolle propostas de aforro cada vez máis personalizadas baseadas nos seus hábitos únicos de consumo. Actualmente hai máis de 6 millóns de titulares de cartóns EROSKI, CAPRABO e FORUM SPORT, que xeran de media máis do 70% das vendas.

O cartón Ouro de EROSKI Club, lanzado en 2018 e que permite un aforro fixo e universal do 4% en todas as compras, conta xa con máis de 136.000 Socios Cliente, e 35 empresas, que engloban 3.727 traballadores, xa son "Socios Ouro Empresa".

Pola súa banda, o cartón de crédito de EROSKI Club Mastercard unifica todas as vantaxes do programa EROSKI Club, ademais de ofrecer a devolución do 1% do importe

das compras pagas fóra de EROSKI, co ingreso dese diñeiro no cartón EROSKI Club asociado. En 2019, a cooperativa transferiu un aforro total de case 2,3 millóns de euros aos seus máis de 278.000 titulares. En 2019 cabe destacar a dixitalización deste cartón, o que permitiu unha alta dixital do 100%, tanto na tenda como *online*, ademais doutras funcionalidades na web para os titulares do cartón.

Así mesmo, en 2019 alcanzouse un acordo para que os nosos clientes se beneficien co cartón EROSKI Club dun 4% de aforro nos seus abastecementos en Repsol, Campsa e Petronor.

Ademais, en 2019, como parte da celebración do 50 aniversario, desenvóléronse multitude de accións promocionais, como o Rasca e Gaña Dixital na app de EROSKI, no que participaron máis de 10.000 Socios Cliente.



Atención personalizada e de calidade

A relación para EROSKI co cliente é unha prioridade no modelo "contigo" e, dos nosos 10 compromisos, unha relación que se converteu nun sinal de identidade diferencial do modelo. Desde EROSKI apostamos por unha proposta comercial máis vencellada co consumidor e que prioriza a experiencia de compra, o que nos permitiu distinguirmos pola nosa especialización en frescos e mellorar os nosos servizos de venda asistida en mostrador nas seccións de frescos. Neste sentido, a capacitación profesional das persoas e a formación permanente son os nosos alicerces para profundar na diferenciación como especialistas en frescos. Dedicamos máis de 33.304 horas de formación nas escolas de frescos en 2019.

Servizo de atención ao cliente diferencial

En 2019, o noso servizo de atención ao cliente atendeu 360.404 persoas, cun índice de resolución de reclamacións do 100%, o 93% no primeiro contacto. Cumprimos co noso compromiso de responder a todas as dúbidas, suxestións e reclamacións de forma inmediata e, se é precisa algunha xestión para iso, facémola nun prazo máximo de 24 horas.

O Servizo de Atención ao Cliente de EROSKI atende aos consumidores en castelán, eúscaro, catalán e galego, e está ao dispor dos clientes por teléfono, por correo electrónico e tamén a través da páxina web www.eroski.es. Ademais, contamos con outras páxinas web para distintos negocios e sociedades do Grupo e coas nosas redes sociais.

Por oitavo ano consecutivo, os consumidores participantes nos premios da consultora Sotto Tempo Advertising recoñeceron EROSKI como a empresa de gran distribución con mellor servizo de atención ao cliente.

Escoita activa dos nosos clientes

Co obxectivo de ter en conta as inquedanzas dos diferentes colectivos e seguir co noso compromiso de transparencia, mantemos canles adicionais de comunicación con todos eles. Así, en 2019 realizamos decenas de iniciativas de escoita activa coa participación de máis de 15.000 persoas, nas que recolleamos as súas opinións, suxestións e recomendacións para mellorar a nosa oferta comercial e as nosas tendas.

Ademais, en EROSKI contamos con 21 Comités Consumeristas, que estruturan a participación dos seus Socios Cliente, quen debaten, se sitúan e definen directrices para a mellora das tendas de nova xeración.

En 2019 xeramos máis de 2,6 millóns de intercambios cos usuarios e máis de 180,5 millóns de impresións.



Twitter
56.613
seguidores



Facebook
221.634
seguidores



Instagram
26.330
seguidores



LinkedIn
24.464
seguidores

A photograph of a woman and a young girl in a fruit market. The girl, wearing a blue and white striped shirt, is pointing at a scale with fruit on it. The woman, wearing a grey cardigan and a colorful beaded necklace, is looking on. The background is filled with various fruits like oranges and apples in wooden crates.

3

**Alimentación
saudable**

Compromiso
coas persoas
consumidoras

A nosa contribución a unha alimentación saudable



Proporcionar unha alimentación saudable e equilibrada a todos os consumidores é o noso obxectivo primordial como organización. Non só realizamos, para iso, unha escoita activa das súas necesidades, senón que desenvolvemos diversas actuacións para asegurar a calidade de todos e cada un dos nosos produtos, así como para educar na prevención de determinados problemas de saúde vinculados a hábitos alimentarios, por exemplo, a obesidade.

En EROSKI, apostamos por unha oferta comercial baseada en produtos capaces de garantir unha alimentación

equilibrada e segura, e que ademais cubra as necesidades nutricionais específicas de colectivos como as persoas con enfermidade celíaca, entre outros.

Ademais, para garantir que as nosas propostas en saúde e alimentación responden ás necesidades e prioridades ás que apunta a comunidade científica, contamos cun órgano asesor: o **Comité Científico da Fundación EROSKI**, composto por profesionais especializados en saúde, que nos guía e orienta na definición da nosa estratexia a medio e longo prazo do noso compromiso coa alimentación saudable.



Seguridade alimentaria

Modelo de Xestión de Calidade de EROSKI garante os máis altos estándares de calidade e seguridade nos nosos produtos e servizos. Estrutúrase nun conxunto de normas, procesos, procedementos e ferramentas que, relacionados entre si ao longo de toda a cadea de valor, aseguran que os produtos que comercializamos cumpran con todas as garantías en materia de seguridade alimentaria.

Auditorías a puntos de venda e plataformas 416-1; 416-2

Garantimos a calidade e a hixiene en todos os nosos puntos de venda e plataformas loxísticas mediante un protocolo exhaustivo de auditorías de calidade. No exercicio de 2019, leváronse a cabo 1.703 auditorías nos nosos puntos de venda e plataformas, que incluíron controis de:

En caso de detectarse algún tipo de incidencia durante as auditorías, establecemos as accións correctoras e plans de seguimento necesarios para a súa mitigación.

	Mantemento da cadea de frío e calidade na cadea de subministración		Calidade microbiolóxica dos produtos		Sistema de Xestión de Alertas Alimentarias e Retirada de Produto
	Hixiene e limpeza das instalacións		Sistemas de rastrexabilidade para todos os produtos		Sistemas e ferramentas de control da calidade

Auditorías a fornecedores

Como parte da nosa cadea de valor, estendemos os nosos estándares de calidade e requisitos de produto aos nosos fornecedores. Impulsamos o cumprimento de estándares de calidade e seguridade a nivel europeo, como o certificado International Food Standard (IFS). No caso dos produtos frescos, os nosos requisitos son aínda máis rigorosos, dada a especial importancia das súas condicións de produción, conservación e transporte.

En 2019, auditamos 294 plantas de produción de fornecedores de marca propia. O 88% de todos os nosos fornecedores auditados superaron satisfactoriamente a avaliación. O resto aplicou as medidas correctoras necesarias ou deixou de estar homologado como fornecedor de EROSKI. Ademais, auditamos 47 plantas de produción de fornecedores de marca fabricante, cun 62% de auditorías satisfactorias.

Para asegurar o correcto cumprimento destes estándares e requisitos, realizamos auditorías e implementamos os plans de acción necesarios, no caso de que se detecten non conformidades. Unha vez emendadas, e após superar a auditoría correspondente, o fornecedor poderá ser homologado.

Controis analíticos de produtos e servizos

Garantimos dobremente a calidade dos nosos produtos e servizos grazas á realización diaria de controis analíticos exhaustivos adicionais aos realizados polas empresas fornecedoras e fabricantes. En 2019, no conxunto do Grupo EROSKI, leváronse a cabo 20.141 analíticas, das que o 95% ofreceron un resultado satisfactorio. Pódense diferenciar tres tipos de análises:

- Química:** garante a ausencia ou presenza nas cantidades adecuadas de sustancias relevantes para a saúde e a seguridade.
- Microbiolóxica:** garante a ausencia de patóxenos, a hixiene e frescura dos produtos e instalacións.
- Xenética:** identifica especies animais e vexetais e detecta organismos xeneticamente modificados (OXM).

En caso de desconformidade, esíxense accións correc-

toras ao fornecedor e contrólase despois que efectivamente se corrixiu a desviación. Se puidese implicar risco para a seguridade alimentaria, aplicamos o principio de precaución e retirámolo inmediatamente da venda.



Análises por programa analítico realizadas en 2019

Programas analíticos	Analíticas realizadas	Programas analíticos	Analíticas realizadas
Aceites	184	Manipulados	2.306
Ácidos grasos trans	25	Metais pesados	10
Acrilamida	156	Mel	10
Administración	8	Moluscos bivalvos	17
Aflatoxinas	42	Non alimentación	778
Auga	44	Patóxenos	22
Alérxenos	414	Piloto proximidade	89
Campylobacter	25	Preparados de carne	2.265
Carburantes	138	Produtos IV gama	20
Control de listeria en superficies	1.991	Química pesca	130
Control de superficies en tendas	1.682	Reclamacións	58
Comparativos Frescos	694	Residuos antibióticos carne	72
Control de superficies	4.960	Residuos emerxentes	14
Droguería e cosmética	182	Residuos fitosanitarios	253
Estudos de vida útil	562	Residuos pesca	16
Froita cortada	91	Salmonella	255
Froita Natur Físico químicos	104	Sección cociña	74
Froita partida	92	Solucións culinarias	7
Xeo	195	Sulfitos desconxelación	7
Histamina	10	Casetas sushi	132
Ovos	33	Verificación Ficha Técnica	655
Humidade xamóns	86	Zumes	73
Identificación de especies	55		
Leite	36	Total	20.141
Listeria	175	Total analíticas NON satisfactorias	1.082
Locais de risco	894	% analíticas NON satisfactorias	5%

Alimentación equilibrada e saudable 102-11; 417-1

No noso compromiso irrenunciable coa saúde imos máis aló de garantir a seguridade alimentaria dos produtos que comercializamos. Por esta razón, traballamos para ofrecer opcións de consumo máis equilibradas e saudables. Para iso, revisamos e melloramos constantemente a súa ficha técnica seguindo as recomendacións establecidas polos expertos en saúde.

Mellora nutricional do produto

En EROSKI, traballamos na composición de todos os nosos produtos para mellorar permanentemente o seu perfil nutricional. Esta procura de produtos máis equilibrados levounos a reducir a presenza daqueles nutrientes relacionados coas patoloxías máis xeneralizadas na nosa sociedade (enfermidades cardiovasculares e obesidade). En 2019, reformulamos 60 referencias con este obxectivo, conseguindo que máis do 70% da nosa gama de marca propia teña unha valoración Nutri-Score A, B ou C.

Ademais, reformulamos 44 referencias de marca propia como parte do noso compromiso co "Plan de Colaboración para a Mellora da Composición dos Alimentos e Bebidas e Outras Medidas 2020", enmarcado na Estratexia de Nutrición, Actividade Física e Prevención da Obesidade (NAOS), da Axencia Española de Alimentación e Nutrición (AESAN), cuxo obxectivo é reducir arredor do 10% da mediana de azucres engadidos, graxas saturadas e sal para o 2020.

En 2019, eliminamos tamén as graxas de palma e de coco de 64 referencias de marca propia, avanzando así no noso compromiso de eliminar progresivamente o 100% a presenza destas graxas na nosa marca propia ata 2021.

En 2019, contamos con 264 alimentos baixos en graxa, 65 baixos en azucres, 29 baixos en sal e 260 altos en fibra.

Ademais de poñelas en práctica, esforzámonos en comunicar estas melloras aos nosos consumidores, incluíndo información na etiquetaxe dos produtos.

En 2007, fomos a primeira empresa de distribución en España en eliminar dos seus produtos os aceites e as graxas vexetais parcialmente hidroxenadas (fonte das graxas trans).



Información sobre o contido e equilibrio nutricional dos produtos

416-2; 417-2

En EROSKI, somos conscientes do valor da información ofrecida ás persoas consumidoras como un elemento esencial para a defensa e protección dos seus intereses, xa que só así poden tomar decisións informadas acorde ás súas necesidades. Por esta razón, ofrecemos unha información ampla, completa e veraz sobre o seu contido e sobre a importancia de manter unha alimentación saudable.

En todo momento, cumprimos coa lexislación existente en materia de etiquetaxe para cada tipo de produto e coas esixencias da nosa marca propia, incluíndo información adicional con pictogramas que facilitan a identificación de alérxenos e sistemas de información nutricional como o semáforo nutricional e o Nutri-Score. En 2019, revisamos a ficha técnica de 1.446 produtos para calcular o seu Nutri-Score e semáforo nutricional.

Se coa falta de información se incorre nun risco sanitario, o produto é retirado da venda de maneira inmediata. Estas revisións e os exercicios de escoita aos consumidores permítennos optimizar a forma de incorporar a información na etiqueta, para que sexa máis facilmente comprendida pola clientela.

Á parte da etiquetaxe, tamén traballamos para mellorar a información contida en folletos, carteis de tenda e web. Así, adecuamos a nosa publicidade en produtos infantís ao "Código de correulación da publicidade de alimentos e bebidas dirixida a menores, prevención da obesidade e saúde" (Código PAOS), incluído dentro da estratexia NAOS da Axencia Española de Seguridade Alimentaria e Nutrición.

Sistema de información nutricional avanzado de EROSKI: Nutri-Score e Semáforo Nutricional

En 2018, após unha escoita a máis de 10.000 persoas, fomos pioneiros coa inclusión da etiquetaxe Nutri-Score nos nosos produtos de marca propia e xeramos un modelo nutricional único no mercado. Este permite ás persoas consumidoras coñecer de maneira sinxela a valoración nutricional global de cada produto e así poder comparalo con outros semellantes e elixir mellor, sen perder a información detallada por nutriente que hoxe lle proporciona o semáforo nutricional.

En 2019, incluímos o Nutri-Score en todos os alimentos das nosas marcas na tenda, ademais de no envase de 773 produtos e en todas as receitas de pratos saudables propostas aos nosos Socios Cliente.

A etiquetaxe Nutri-Score, que conta coa validación do Ministerio de Sanidade, é un gráfico ou semáforo que clasifica os alimentos envasados con cinco letras asociadas a cinco cores segundo a súa composición nutricional, do A verde escuro e o B verde claro (para os máis saudables) ao D laranxa e o E vermello (para os de menor calidade nutricional), pasando polos C de cor amarelo, nunha posición intermedia. A letra de cada produto calcúlase cun algoritmo, referendado por nu-

merosa literatura científica, que considera negativamente o seu contido en calorías, azucres, graxas saturadas e sal, e positivamente a súa cantidade de fibra, proteínas e froita, verdura, froitos secos e legumes, sempre por cada 100 gramos de produto. Deste xeito, os consumidores poden comparar alimentos similares ao facer a compra ou confrontar a calidade nutricional de diferentes marcas dun mesmo produto.

O Nutri-Score complementa o semáforo nutricional dispoñible nos nosos produtos de marca propia desde 2007. Esta ferramenta facilita o control da cantidade de calorías, graxas, azucres ou sal da dieta en caso de necesidade por algún motivo de saúde (diabetes, hipertensión, sobrepeso...). Así, pódese ver a cantidade dese nutriente que posúe ese alimento, e interpretar facilmente se a mesma é baixa, moderada ou relevante. Do mesmo xeito que o Nutri-Score, este sistema de cores encóntrase sempre na parte frontal do envase, proporcionando información sobre a cantidade de calorías e sobre os catro nutrientes máis relevantes en relación coa saúde (graxa, graxa saturada, azucre e sal) por cada ración de consumo.



Premio NAOS

EROSKI foi recoñecido por segunda vez co Premio Estratexia NAOS á Iniciativa Empresarial, polo seu compromiso coa alimentación saudable, en concreto polo seu programa EKILIBRA, que ofrece un diagnóstico nutricional personalizado ao consumidor, de forma gratuíta.

A concesión destes premios inclúese no marco da Estratexia NAOS que, desde a Axencia Española de Seguridade Alimentaria e Nutrición (AESAN) do Ministerio de Sanidade, Consumo e Benestar Social, pretende impulsar as iniciativas que entre os seus obxectivos básicos fomenten a prevención da obesidade e outras enfermidades crónicas derivadas, a través dunha alimentación saudable e a práctica regular de actividade física.

Informe nutricional baseado nas compras

EROSKI Club conta cun programa pioneiro de saúde que ofrece gratuitamente información personalizada e incentivos para unha alimentación e unha compra máis saudable e equilibrada a todos os nosos Socios e Socias Cliente. En 2019, máis de 28.000 persoas utilizaron o noso servizo de información nutricional baseado nas súas compras rexistradas no cartón EROSKI Club.

Este informe ofrece unha análise detallada e personalizada de como se axustan as compras do fogar ás recomendacións da dieta mediterránea. A súa finalidade é orientar ao cliente sobre os alimentos, cantidades e frecuencia de consumo que tanto el como os demais membros do agregado familiar precisan para manter unha alimentación equilibrada.

Ademais, ao longo de 2019, desde Eroski Club, enviáronse de maneira periódica información e actividades relacionadas coa saúde a máis de 250.000 Socios, e máis de 32.000 Socios participaron activamente en retos relacionados cunha alimentación saudable.



Necesidades nutricionales específicas 413-1

De maneira especial, somos sensibles a necesidades específicas en alimentación derivadas de enfermidades que afectan a algunhas persoas como a enfermidade celíaca, as alerxias ou as intolerancias alimentarias. Traballamos para que a nosa oferta de produtos para elas sexa segura, suficiente para unha compra ordinaria e sempre cun nivel adecuado de prezo. Por iso, mantemos unha comunicación fluída con diferentes entidades e colectivos que as representan, como a Federación de Asociaciones de Celíacos de España (FACE) ou a Federación Española de Diabetes (FEDE), para coñecer de primeira man as súas demandas e preocupacións e ampliar a nosa gama de alimentos para dar unha resposta adecuada ás súas peticións. Ademais, colaboramos con estas entidades para dar visibilidade e concienciar sobre a súa enfermidade mediante distintas campañas de sensibilización.

En 2019, renovamos o Convenio de Colaboración coa Asociación de Celíacos do País Vasco e establecemos un novo Convenio de Colaboración coa Asociación de Celíacos da Rioxá. En total, durante 2019, máis de 1.630 socios

destas dúas asociacións beneficiáronse destes Convenios, o que inclúe, entre outros, un **20% de desconto na compra de máis de 200 referencias elaboradas especificamente sen glute**.

Actualmente, e froito do noso compromiso coas necesidades específicas deste colectivo, continuamos a traballar para mellorar a oferta de produtos sen glute, tanto da nosa marca propia como de marcas doutros fabricantes, contando actualmente con aproximadamente **3.000 produtos sen glute**, entre os cales 2.400 de diversas marcas e máis de 550 produtos garantidos sen glute da nosa marca propia.

Igualmente, desde hai máis dunha década, ademais de cumprir co Real Decreto 2220/2004 sobre declaracións de alérxenos, ofrecemos información adicional, incluíndo nas etiquetas os textos de advertencia necesarios en mensaxes separadas de forma visible para indicar a potencial presenza de trazas de alérxenos. En 2019, contamos con máis de 550 produtos de marca propia sen glute, 98 produtos sen lactosa, 35 sen leite e 5 sen ovo.



Información en saúde e sustentabilidade 413-1

CONSUMER EROSKI é o proxecto informativo do Grupo EROSKI co que queremos formar e informar aos nosos consumidores para facilitarlles unha vida saudable e sostible, mediante produtos informativos veraces, independentes, prácticos e amenos.

A través desta publicación, dispoñible en castelán, catalán, eúscaro e galego, tratamos temas relacionados coa alimentación, a seguridade alimentaria e a saúde, pero tamén sobre outros temas de interese para os nosos consumidores: medio ambiente, solidariedade, mascotas e mundo bebé, ou aforro e economía doméstica. Durante

2019 continuamos co noso afán de mellora e servizo aos nosos lectores e consumidores, incorporando novas seccións do seu interese. Nela colaboran, ademais de distintos profesionais, varias entidades como a Federación de Diabéticos Españóis (FEDE), a Fundación Española do Corazón (FEC), o centro tecnolóxico Azti-Tecnalia e a Asociación Española de Pediatras de Atención Primaria (AEPap).

Edición impresa:

788.500
exemplares

179.205
persoas lectoras
ao mes en 2019

Edición dixital: www.consumer.es

Preto de
46
millóns de visitas
en 2019

Máis de
4.600
receitas culinarias

Máis de
265.000
subscritores a
boletíns informativos

3 APPS
cun total de máis
de **791.000** descargas
(receitas, Camiño de
Santiago e News)

Máis de
107.000
seguidores en redes
sociais (Facebook,
Twitter, Youtube)



Alimentación e hábitos saudables desde a infancia 413-1

A información e a formación son ferramentas fundamentais para tomar decisións adecuadas no que respecta á alimentación. Por iso, promovemos unha alimentación que prevén a obesidade infantil e ofrecemos ferramentas formativas a nenos e nenas para que tomen as mellores decisións sobre a súa alimentación de forma consciente e divertida.

Escola de alimentación

Esta iniciativa da Fundación EROSKI, nacida en 2013, ten o obxectivo de fomentar unha alimentación equilibrada e uns hábitos de vida saudables entre a cidadanía e constituir un punto de encontro de profesionais da saúde e da educación, proxenitores, escolares e resto de cidadanía comprometida coa mellora da súa alimentación e estilo de vida.

www.escueladealimentacion.es

Ofrece información actual e de calidade, como resultado do coñecemento científico e das investigacións que desenvolve, avalada por profesionais da saúde. Para o desenvolvemento de todas as súas iniciativas, colaborando tamén con gobernos autonómicos e distintas organizacións relacionadas coa saúde e o consumo responsable.



Programas Educativos en Alimentación e Hábitos Saudables (PEAHS) do Grupo EROSKI

"Energía para crecer", da FUNDACIÓN EROSKI

O programa, implementado pola Fundación EROSKI para facer fronte ás altas taxas de obesidade infantil, conta con 10 unidades didácticas e 3 talleres prácticos que se realizan fóra das aulas (visitas a produtores locais, tendas, e aula de cociña), cuxos contidos foron elaborados por un comité científico formado por profesionais da medicina, nutrición e dietética, psicopedagogía e pedagogía.

energiaparacrecer.escueladealimentacion.es

"Elíxete bo, elíxete saudable", de CAPRABO

Este programa, posto en marcha en 2008 e dispoñible en formato presencial e online, pretende ensinar aos nenos e nenas, incluíndo os de 2 e 3 anos, a alimentarse de maneira saudable e fomentar uns hábitos de alimentación equilibrada, acompañados dunha persoa profesional da nutrición, ademais de concienciar sobre o desenvolvemento sostible, o consumo responsable ou fame cero, entre outras materias.

Programas educativos de VEGALSA-EROSKI

En Galicia, o noso programa educativo desenvólvese a través dos programas: "Visita o teu súper", para fomentar hábitos de vida saudables e compra responsable; "Matemáticas no teu súper", que realiza unha visita á tenda para que aprendan a realizar a compra; e "Come rico, vive saudable", un proxecto que agrega distintas iniciativas como as "Sannifestas" nos colexios, e que se enmarca dentro do proxecto nacional "Prevención da obesidade. Alíxete a túa vida", liderado pola Sociedade Española para o Estudo da Obesidade (SEEDO).

Indicadores principais dos programas educativos do Grupo EROSKI para o curso 2018/19

442.677
escolares
participantes

3.253
colexios
participantes

1.034
talleres de visita
a 201 tendas

89
talleres de visita
a empresas
fornecedoras locais
de EROSKI

72
talleres de aula
de cociña en
9 tendas do
País Vasco
e Navarra

VIII Encontro da Escola de Alimentación da Fundación EROSKI

Desde 2009, a Fundación EROSKI promoveu encontros entre profesionais sanitarios e membros da cidadanía con preocupacións e necesidades en materia de saúde. O obxectivo é sempre ofrecer un espazo de reflexión ao redor de asuntos relevantes e actuais relacionados coa saúde da poboación.

En 2019, e baixo o título "Paixón pola vida. O secreto para unha madurez plena e saudable", expertos no ámbito da nutrición, psicoloxía, saúde, socioloxía e actividade física analizaron a importancia da alimentación e dos estilos de vida saudables na etapa da madurez. No marco do evento, a Fundación EROSKI presentou o libro "Paixón pola vida. Guía práctica de estilos de vida saudables na madurez.

Concurso Imagine Food 2019

Por terceiro ano consecutivo, convocamos o Concurso Imagine Food, enmarcado dentro do programa educativo "Energía para Crecer" da Fundación EROSKI, que persegue, mediante a creación de receitas divertidas e saudables nos seus debuxos, concienciar aos pequenos e as súas familias da importancia de levar unha dieta equilibrada e saudable. Nesta terceira edición do concurso contamos coa colaboración de DANONE como parte do seu programa "Alimentando o cambio". Recibíronse máis de 2.800 debuxos de 237 colexios e 91 familias, triplicando a participación do ano anterior.

A photograph of four Eroski Zurekin employees standing in a supermarket aisle. They are wearing black uniforms with colorful vertical stripes on the aprons and black hats. The background shows shelves stocked with various products, including oranges. A semi-transparent red box is overlaid on the lower right portion of the image, containing the number 4 and the text 'Traballadores e traballadoras' and 'Compromiso cun traballo responsable e integrador'.

4

**Traballadores
e traballadoras**

Compromiso
cun traballo
responsable
e integrador

Modelo de compromiso integrador 413-1



A xestión das persoas na nosa organización caracterízase pola particularidade de que somos traballadores e traballadoras, pero tamén propietarios e propietarias: 9.258 persoas do persoal de EROSKI somos socias e socios traballadores (o 32% do total), o que nos fai participantes na xestión cooperativa da empresa.

Esta condición tradúcese nun elemento diferencial do Grupo EROSKI fronte a outras empresas de distribución: unha actitude proactiva e un elevado nivel de compromiso co proxecto, que se reflicte no desempeño en todos os niveis da organización.

O emprego que creamos segue o noso modelo de xestión e o noso compromiso co persoal, coa clientela e coa propia sociedade, e por iso esforzámonos para que sexa estable e de calidade. Así, hai que destacar que máis do 76% do emprego creado por EROSKI en 2019 foi de carácter fixo. Así mesmo, potenciamos a solidariedade retributiva, a igualdade, a conciliación e a saúde e seguridade dos nosos traballadores, así como o seu desenvolvemento profesional e a súa participación na toma de decisións como eixes fundamentais da calidade do emprego que ofrecemos.

Unha empresa socialmente responsable

Para EROSKI, a responsabilidade social é un valor compartido por toda a organización e encóntrase baixo a responsabilidade directa da Presidencia. Nos nosos Estatutos Sociais, no Regulamento de Réxime Interno Cooperativo e no Manual de Xestión Ética recóllense os nosos compromisos en materia laboral, tanto para os nosos traballadores e traballadoras propias como de subcontratas e fornecedores. Integrando a xestión ética entre os obxectivos principais da dirección, alcanzamos os nosos compromisos de:

- Cumprimento lexislativo e normativa laboral e cooperativa vixente, así como dos compromisos propios de EROSKI.
- Implantación dun sistema de xestión ética eficaz.
- Mellora continua no comportamento ético da organización.
- Apoio e respecto da protección dos dereitos humanos e laborais proclamados no ámbito internacional.

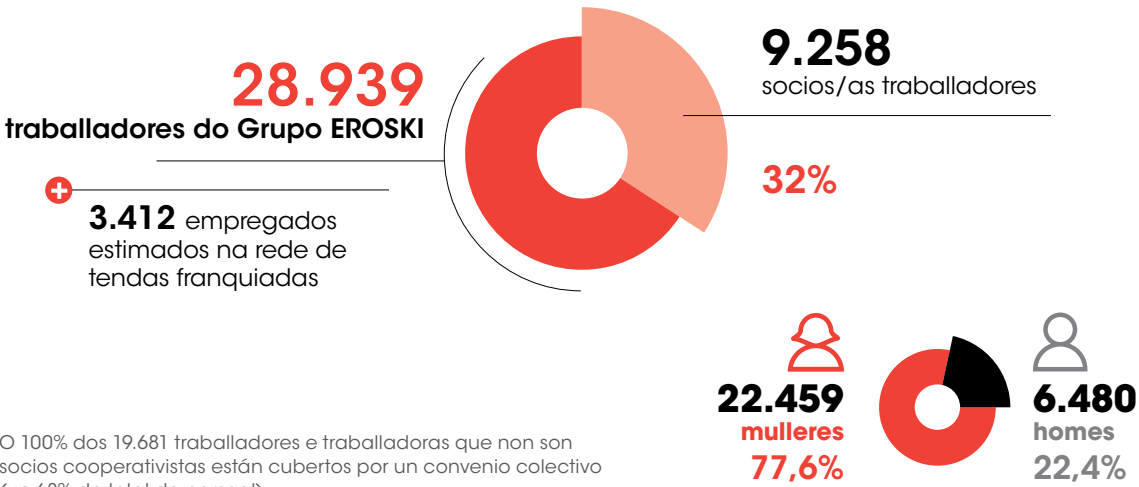
Os 10 valores esenciais do noso traballo

- 1 Fomentamos a **participación**.
- 2 Promovemos o **desenvolvemento persoal e profesional** a través da mellora dos coñecementos, aptitudes e habilidades.
- 3 **Sentimento de pertenza**: estamos orgullosos de pertencer a EROSKI e buscamos as áreas de mellora.
- 4 Impulsamos a **información e comunicación** de maneira bidireccional dentro da organización.
- 5 Grazas á solidariedade interna, primamos o **colectivo sobre o individual** e o longo sobre o curto prazo.
- 6 **Dinamismo** para adaptarse ao cambio e promover a innovación.
- 7 **Orientados ao cliente** para adaptarnos e anticiparnos ás súas necesidades.
- 8 Melloramos continuamente as condicións do traballo para garantir unha **calidade de vida adecuada**.
- 9 **Solidariedade externa** para devolver á sociedade o que nos achega.
- 10 Os traballadores e traballadoras aspiramos ao **máximo nivel de profesionalización**.



Principais indicadores 102-8; 102-41; 401-1

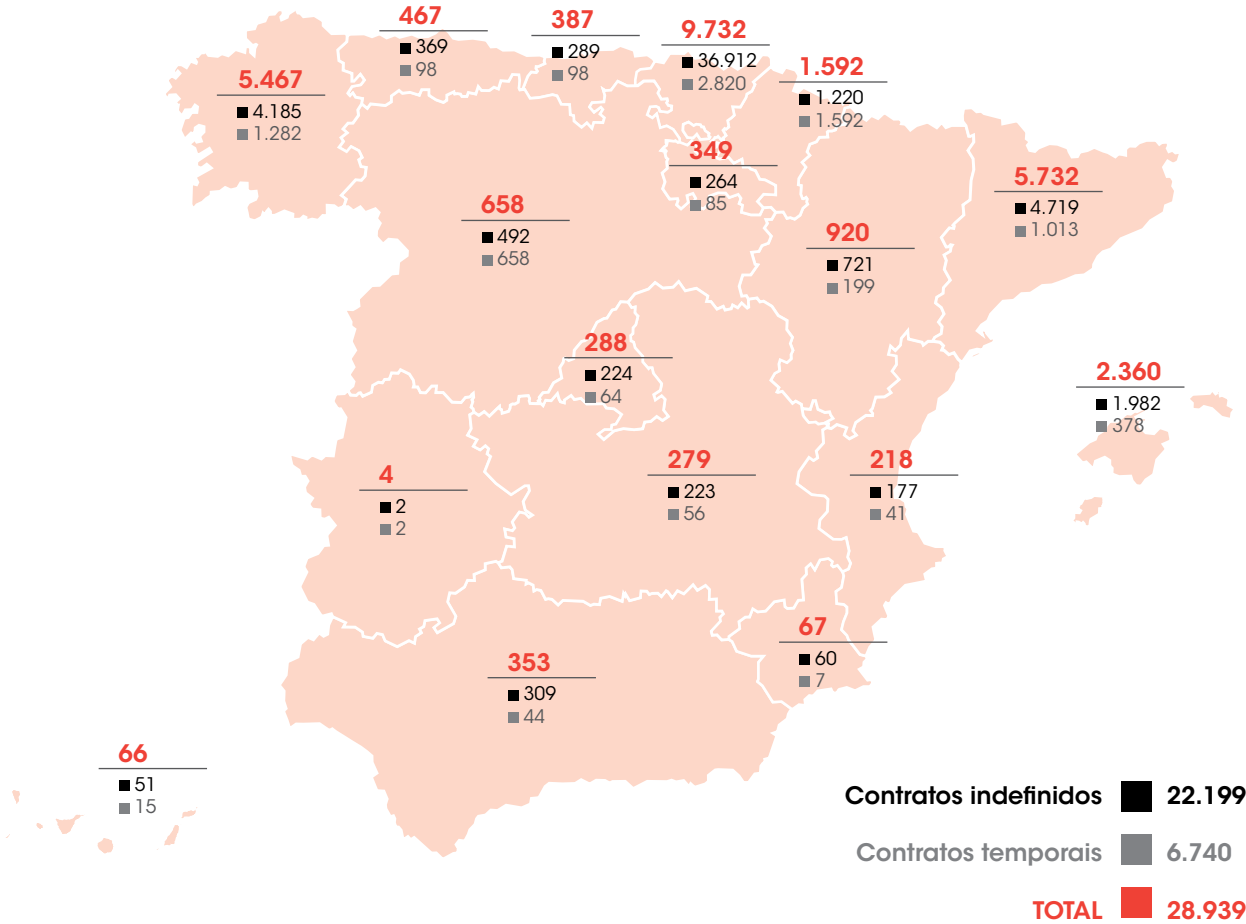
Número total de persoas traballadoras



O 100% dos 19.681 traballadores e traballadoras que non son socios cooperativistas están cubertos por un convenio colectivo (un 68% do total do persoal)

Véxase a táboa 5 do anexo de indicadores para comparativa con anos anteriores.

Número de persoas traballadoras por tipo de contrato e comunidade autónoma



Contratos indefinidos

22.199

Contratos temporais

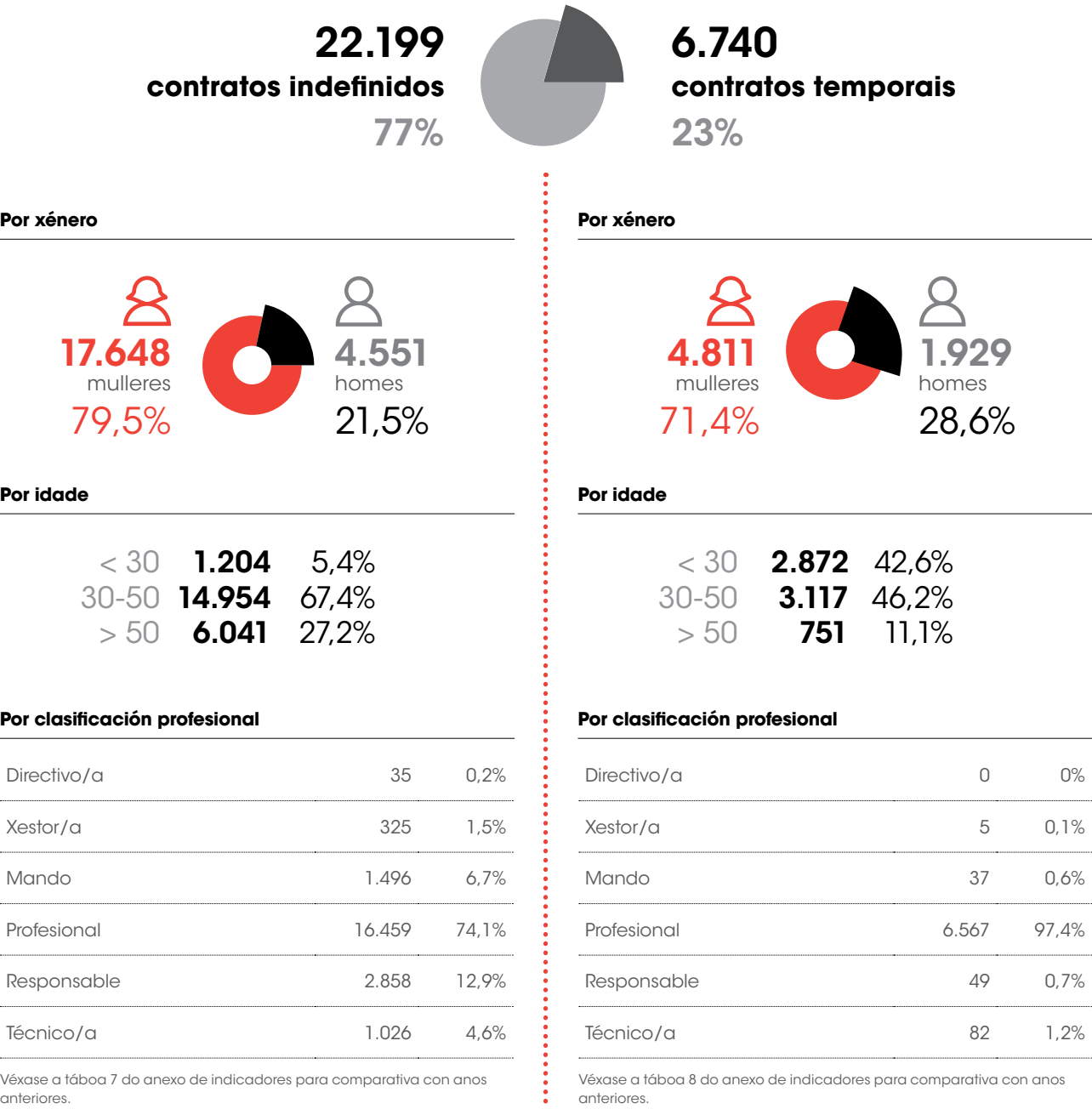
6.740

TOTAL

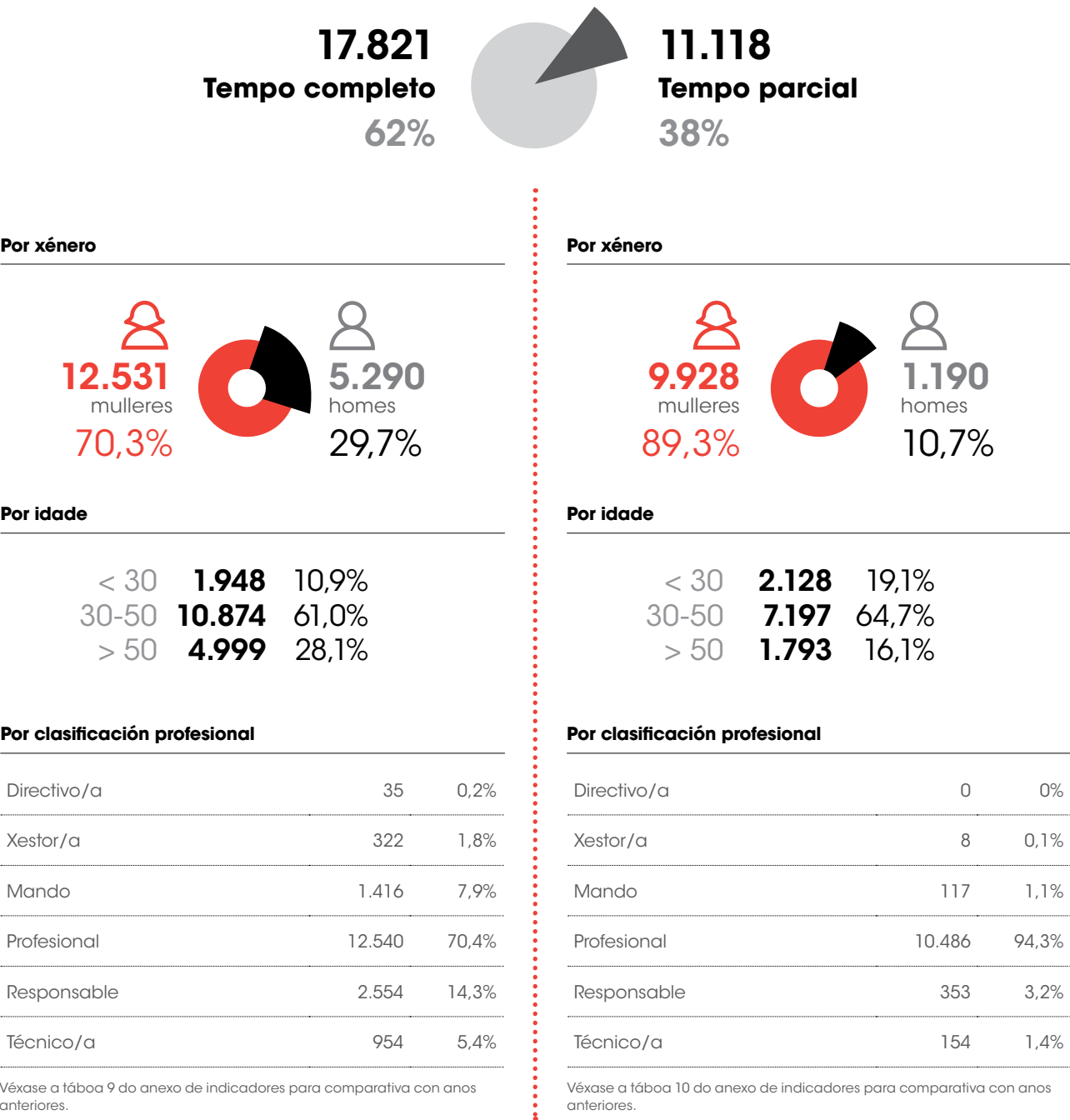
28.939

Véxase a táboa 6 do anexo de indicadores para datos do número de persoas traballadoras por tipo de contrato e comunidade autónoma.

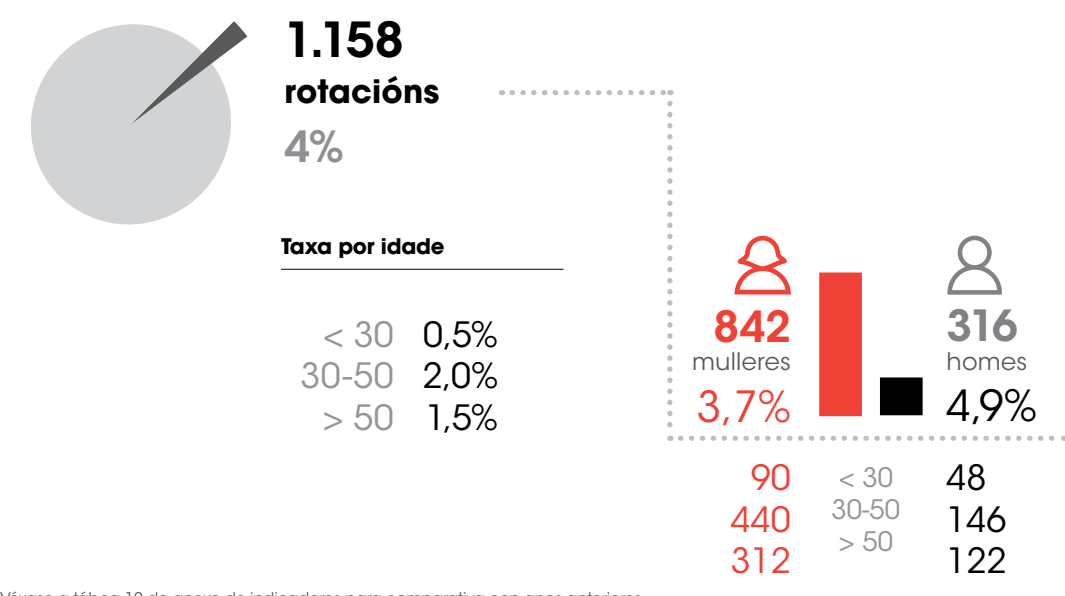
Número de persoas traballadoras por tipo de contrato segundo xénero, franxa de idade e categoría profesional



Número de persoas traballadoras por tipo de xornada segundo xénero, franxa de idade e categoría profesional

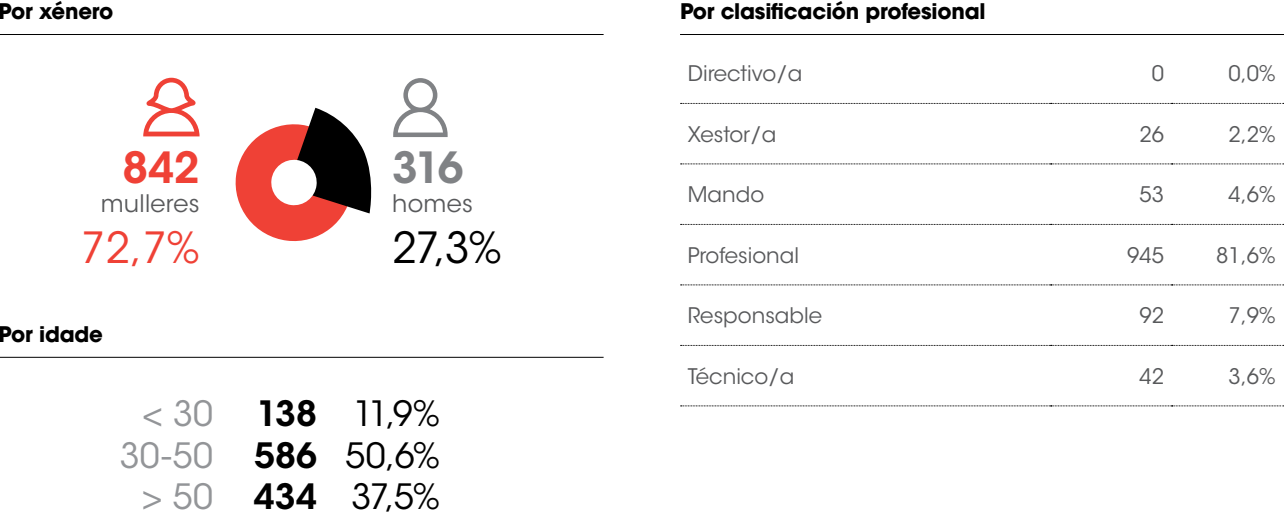


Número e índice de rotacións (saída voluntaria, despedimento, xubilación ou falecemento) segundo xénero e franxa de idade



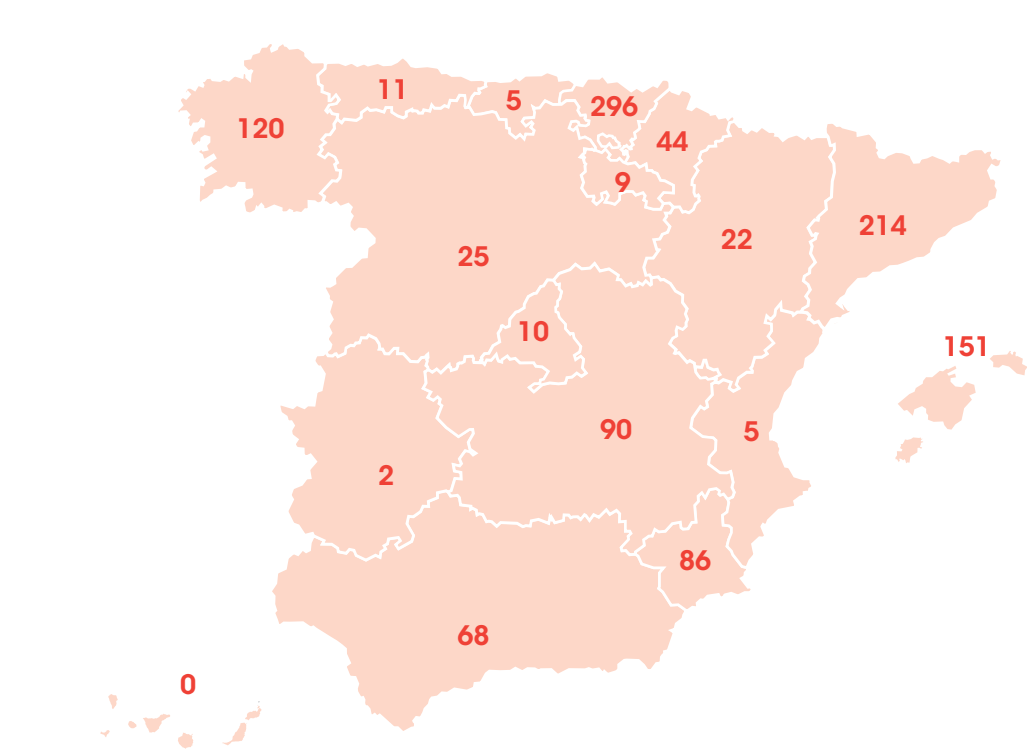
Véxase a táboa 12 do anexo de indicadores para comparativa con anos anteriores.

Número de despedimentos segundo xénero, franxa de idade e categoría profesional e porcentaxe sobre datos de 2019



Véxase a táboa 13 do anexo de indicadores para comparativa con anos anteriores.

Número de rotacións por comunidade autónoma



Os eixes da xestión responsable dos traballadores e traballadoras

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

EROSKI, S. Coop., seguindo os seus valores corporativos, aplica o principio de solidariedade retributiva en toda a organización, o que se traduce, a nivel interno, nun estreito intervalo salarial entre os postos con menor responsabilidade e os de alta dirección: en concreto, o rango salarial en 2019 foi de 8,17. Así, a relación entre a compensación total que recibe a persoa con maior retribución e a mediana da compensación do resto do persoal na cooperativa é de 7,54. Este cociente difire considerablemente das empresas do IBEX 35, onde, segundo datos de 2018, as primeiras persoas executivas perciben de media 76 veces máis retribución que a media do resto do persoal.

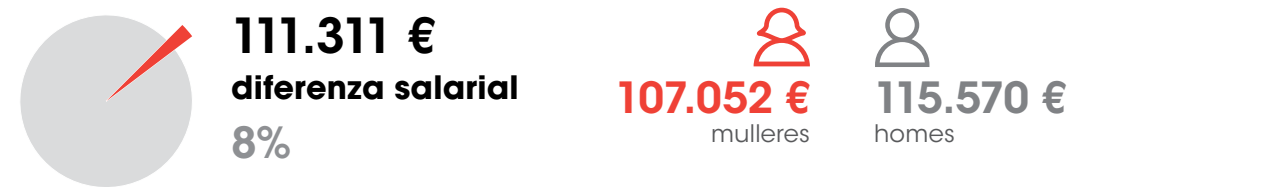
O Comité de Valoración, nomeado polo Consello de Dirección e o Consello Social, é o encargado de definir o nivel retributivo na cooperativa, unha vez valoradas as tarefas que deben realizarse e as capacidades e competencias requiridas para cada posto de traballo. Pola súa banda, a Comisión de Nomeamentos e Retribucións é a que propón ao Consello Reitor a política retributiva da alta dirección.

A retribución en EROSKI é pública, igualitaria entre homes e mulleres, e depende do posto e non doutros factores como a antigüidade ou a negociación individual. Ademais, para permitir a captación e a retención dos recursos humanos necesarios, aplícase o principio de competitividade externa, adecuando a retribución aos niveis máis xeneralizados nas empresas do sector. Así, no caso do convenio de supermercados, o salario base mínimo é un 8,60% superior ao salario mínimo interprofesional en España.

Doutra banda, a nivel externo, a solidariedade retributiva implica que **a remuneración do Consello de Dirección é de media un 74% inferior respecto ao valor do mercado**. Así, durante 2019, a remuneración total comparable co mercado do presidente e os membros do Consello de Dirección foi, en conxunto, de 685.866 euros. Isto difire enormemente da realidade das empresas do IBEX 35, nas que a retribución media por conselleiro é case 7 veces o que percibe de media unha persoa do Consello de Dirección de EROSKI. Así mesmo, os membros do Consello Reitor, o noso órgano superior de goberno, non perciben retribución fixa ou variable algunha por este labor (excepto os custos de desprazamentos ás reunións deste órgano).

	EROSKI, S. Coop.	Resto de Sociedades
Rango salarial	8,17	11,73
Cociente da compensación total anual da persoa mellor pagada da organización fronte á media da compensación total anual do resto de empregados	7,54	9,71
Incremento porcentual entre 2018 e 2019 da compensación total anual	Desde 1,64% ata 2,56%	Entre 1% e 2% de incremento do salario base en todas as sociedades
Cociente entre a retribución media dos membros do Consello de Dirección e directivos e o resto de empregados	3,71	4,61
Cociente entre o salario base e o salario mínimo interprofesional	25,99%	8,60% * En 2019, o salario mínimo interprofesional incrementouse máis dun 22%
Brecha salarial ponderada segundo o peso de cada categoría profesional no total de traballadores.	8,1%	5,9%

Remuneración media por xénero do Consello de Dirección



Remuneración media por xénero e categoría profesional

	EROSKI, S. COOP.			Resto de sociedades		
Categoría profesional	Mulleres (€)	Homes (€)	Diferenza salarial	Mulleres (€)	Homes (€)	Diferenza salarial
Directivo/a	73.760	76.199	3,3%	64.826	88.334	36,3%
Xestor/a	44.485	46.989	5,6%	52.231	55.302	5,9%
Mando	31.692	31.676	-0,1%	29.424	33.055	12,3%
Profesional	17.039	18.771	10,2%	16.057	16.834	4,8%
Responsable	23.214	23.286	0,3%	21.310	23.282	9,3%
Técnico/a	30.723	31.484	2,5%	29.294	32.985	12,6%

A retribución de referencia por categoría profesional na cooperativa é igualitaria entre homes e mulleres. A diferenza salarial débese á distribución dispar en número de persoas segundo xénero nos distintos niveis de responsabilidade dentro da mesma categoría profesional e a unha evolución histórica dos índices retributivos. Espé-

rase que, progresivamente, a diferenza diminúa, grazas á renovación natural dos traballadores e traballadoras dentro da cooperativa e á maior presenza de mulleres en postos de maior responsabilidade dentro da mesma categoría profesional.

Remuneración media por xénero e franxa de idade

	EROSKI, S. COOP.			Resto de sociedades		
Franxa de idade	Mulleres (€)	Homes (€)	Diferenza salarial	Mulleres (€)	Homes (€)	Diferenza salarial
< 30	17.543	17.396	-0,8%	15.168	15.744	3,8%
30-49	19.527	25.236	29,2%	17.324	20.587	18,8%
> 50	19.601	28.070	43,2%	17.694	25.697	45,2%

Todos os datos retributivos están calculados co 100% de xornada laboral.

Igualdade

En EROSKI, consideramos a igualdade de oportunidades entre mulleres e homes como un principio básico e estratéxico da xestión da organización. Acabar coa desigualdade supón un proceso de cambio directamente relacionado coa nosa cultura cooperativa e igualitaria. Neste sentido, EROSKI réxese polo principio de non discriminación xa previsto nos seus estatutos fundacionais non só en relación co xénero, senón tamén coa raza, a orientación sexual, as crenzas relixiosas, as opinións políticas, a nacionalidade, a orixe social, a discapacidade ou calquera outra característica que puidese orixinala.

Para iso, contamos desde 2005 cunha Comisión para a Igualdade, responsable da realización e a actualización periódica do Diagnóstico e o Plan para a Igualdade de Mulleres e Homes de EROSKI, e co Observatorio de Igualdade, unha ferramenta para velar polo cumprimento deste principio en toda a organización. Representantes

das socias e socios traballadores da cooperativa compoñen este organismo, que conta con seis áreas de traballo: uso da linguaxe, eliminación de barreiras físicas e de saúde, eliminación de barreiras sociais, desenvolvemento persoal e profesional, e conciliación da vida persoal e profesional.

Ademais, contamos cunha canle de denuncia e, desde 2015, cun servizo de asesoría confidencial para evitar posibles casos de acoso no traballo e canalizar calquera incidencia. Dispomos tamén dun protocolo contra a violencia de xénero, que foi elixido como boa práctica para alcanzar o ODS 5 de Igualdade de Xénero por parte da Rede Española do Pacto Mundial.

En 2019, continuamos realizando un seguimento periódico de revisión do Plan de Igualdade e tamén se desenvolveron accións de fomento e colaboración coa igualdade de xénero, entre as que destacan:

Celebración do Día Internacional da Muller

- Almorzo gratuíto para sensibilizar e celebrar o 8 de marzo.
- Carteis alusivos en toda a rede de tendas.
- Publicidade do evento interna e externamente a través da revista Nexo e boletíns semanais.

Formación para favorecer a igualdade

Continuouse fomentando a "Escola de carretilleiras", unha acción para favorecer a empregabilidade das mulleres de EROSKI en postos que tradicionalmente teñen un rol máis masculinizado. A formación estendeuse a 10 mulleres.

Colaboracións

- Celebración da xornada de igualdade "Non son invisible. A diversidade enriquece", que serviu para falar de diversidade e acoso, de integración e igualdade, e do rol dos observadores nos casos de bullying, entre outros aspectos.
- Colaboración coa campaña institucional coa Deputación Foral de Biscaia en relación cos xoguetes non sexistas.
- Participación no acto organizado pola Cruz Vermella, "O balance máis positivo", co obxectivo de concienciar as empresas da importancia da corresponsabilidade en materia de conciliación.

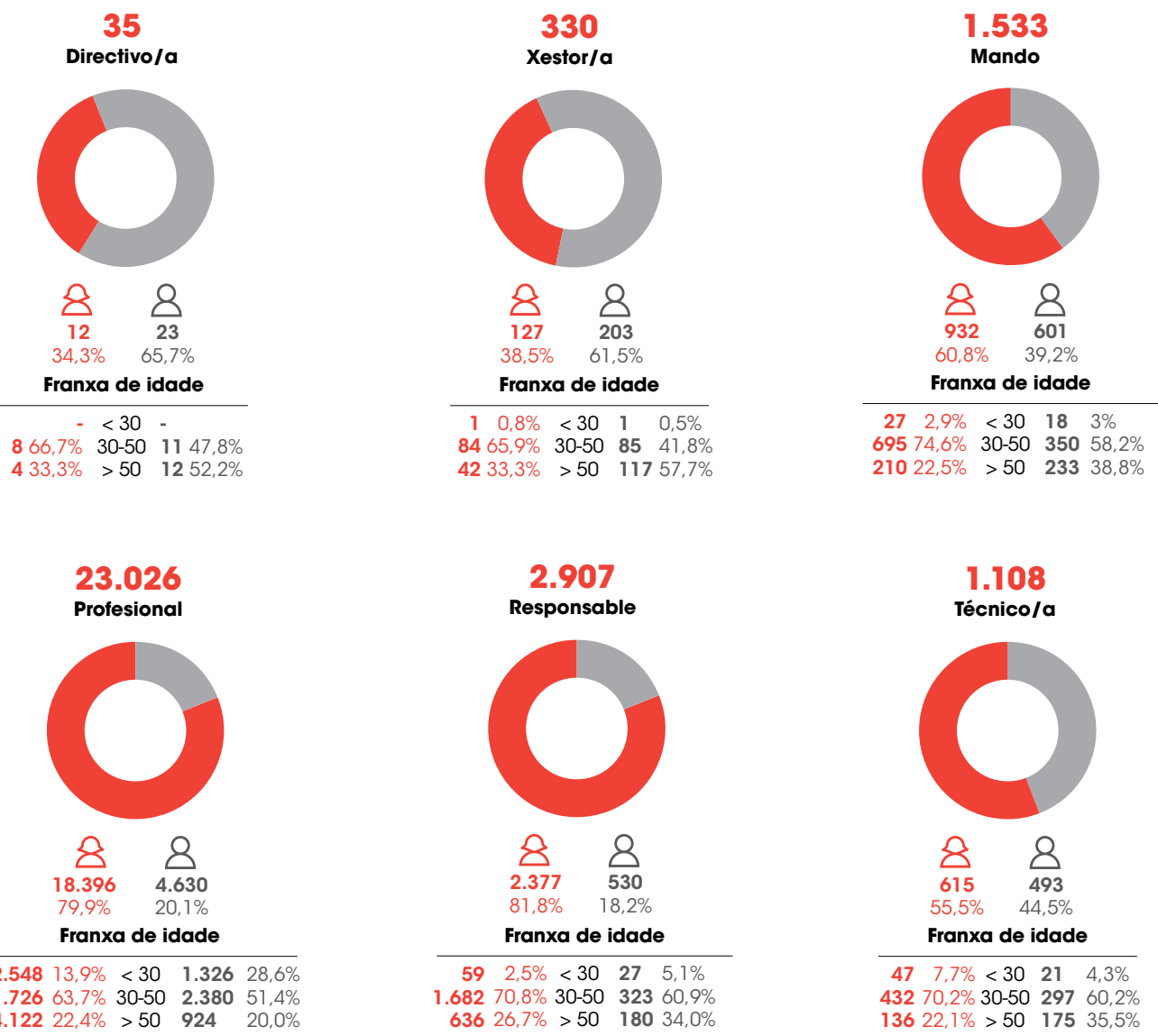


Indicadores de igualdade 405-1

Como mostra do noso compromiso pola igualdade, cabe destacar que o 78% do noso persoal son mulleres, e son elas as que ocupan o 72% dos postos de responsabilidade en 2019, porcentaxe moi superior á media do sector. Ademais, EROSKI, S. Coop. conta desde inicios de 2017 cun Consello de Dirección con presenza paritaria de mulleres e homes.

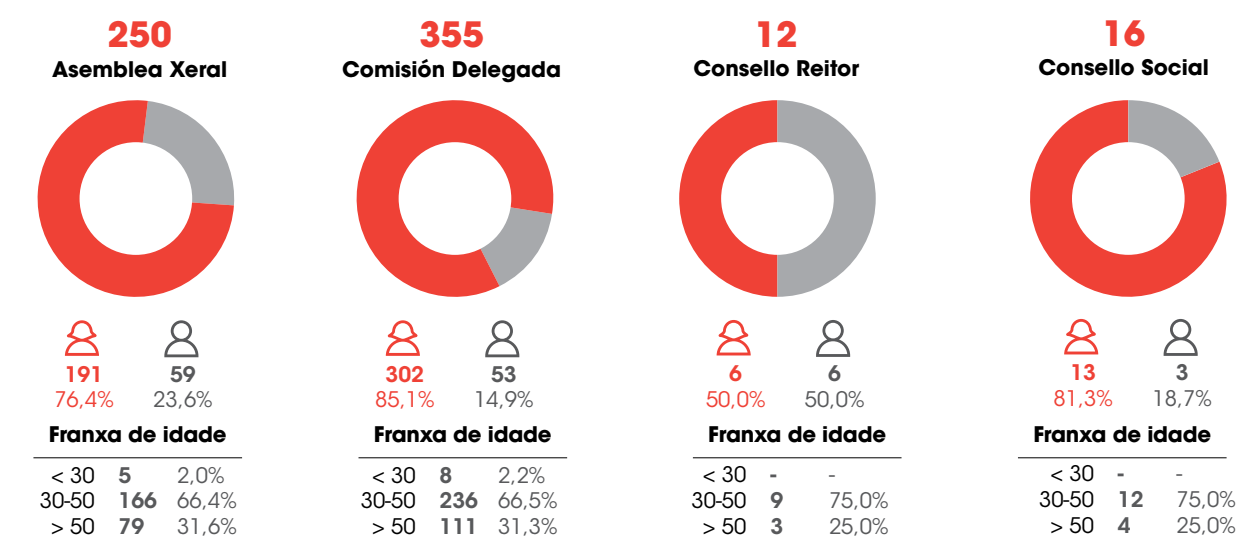
Así mesmo, a presenza de mulleres é tamén maioritaria nos órganos de goberno corporativo. En 2018, alcanzouse a paridade tamén no máximo órgano de goberno de EROSKI, S. Coop., o Consello Reitor.

Distribución por xénero e franxa de idade de persoas traballadoras segundo categoría profesional



Véxase a táboa 14 do anexo de indicadores para comparativa co exercicio anterior.

Distribución por xénero e franxa de idade dos órganos de goberno



Saúde e seguridade no traballo

Prevención de riscos laborais 403-1; 416-2

En EROSKI temos o compromiso de protexer e mellorar a saúde do noso persoal, desenvolvendo para iso un labor proactivo en materia de seguridade e saúde.

Actuamos nos ámbitos da prevención, formación e fomento da saúde; melloramos de forma continua os nosos sistemas de prevención de riscos laborais e integrámoslos na xestión global da empresa.

Contamos con dous servizos de Prevención de Riscos Laborais propios con carácter mancomunado: un, para CAPRABO; e outro, para o resto das sociedades do Grupo. As especialidades das que se ocupan son: seguridade no traballo, hixiene industrial e ergonomía e psico-socioloxía aplicada. A vixilancia da saúde é realizada a través de servizos de prevención externos.

Ademais, as traballadoras e traballadores participamos na identificación de riscos e melloras das condicións laborais con propostas aos comités de Saúde e Seguridade (que operan en diferentes ámbitos) e outros órganos de representación societaria, nos que todas as persoas empregadas por EROSKI están representadas polos seus delegados e cos que se cobre o 100% dos temas relacionados coa saúde e seguridade no traballo.



Medidas de prevención de riscos laborais

Ao longo de 2019, leváronse a cabo accións para previr os riscos laborais do persoal, entre as que destacan:

Revisión e actualización dos plans de prevención dos distintos negocios do grupo, así como das avaliacións xerais de riscos e as avaliacións ergonómicas de diferentes postos ou tarefas.

Auditorías internas de prevención e inspeccións programadas. Destas últimas encárganse os equipos inspectores dos propios centros, que ademais realizan un seguimento posterior das accións correctoras propostas para reducir e mellorar as anomalías detectadas.

Simulacros de emerxencia: con e sen evacuación, nos propios centros de traballo.

Formación: impartíronse cursos básicos de prevención e formacións específicas sobre riscos no posto de traballo ou de actuación en emerxencias.

Vixilancia da saúde 403-2

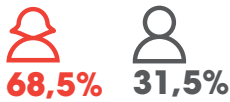
En EROSKI temos a especialidade de vixilancia da saúde concertada cun servizo de prevención alleo, encargado dos seguintes tipos de recoñecementos médicos: de ingreso, periódicos en función do risco do posto, após baixas de longa ausencia, obrigatorios en postos concretos, en embarazos e valoracións médicas de persoal sensible.

Doutra banda, e no que respecta á continxencia profesional, revisamos e coordinamos coa mutua todos os casos considerados como enfermidades profesionais.

Taxa de accidentes laborais por tipo

Accidentes leves

33,1 accidentes laborais leves con baixa por cada millón de horas traballadas



Causas:

37,9%
Sobreesforzo

12,2%
Caídas de persoas ao mesmo ou distinto nivel

13,4%
Cortes

36,6%
Outras causas

Axente material:

39,9%
Alimentos, vidros, plásticos ou empaquetados

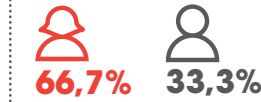
10,2%
Produtos metálicos e ferramentas

7,1%
Carretas ou similares

42,8%
Outros

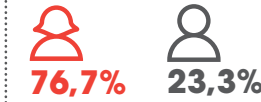
Accidentes graves

0,1 accidentes laborais graves con baixa por cada millón de horas traballadas

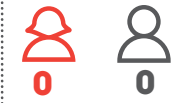


Accidentes in itinere

5,4 accidentes laborais *in itinere* con baixa por cada millón de horas traballadas

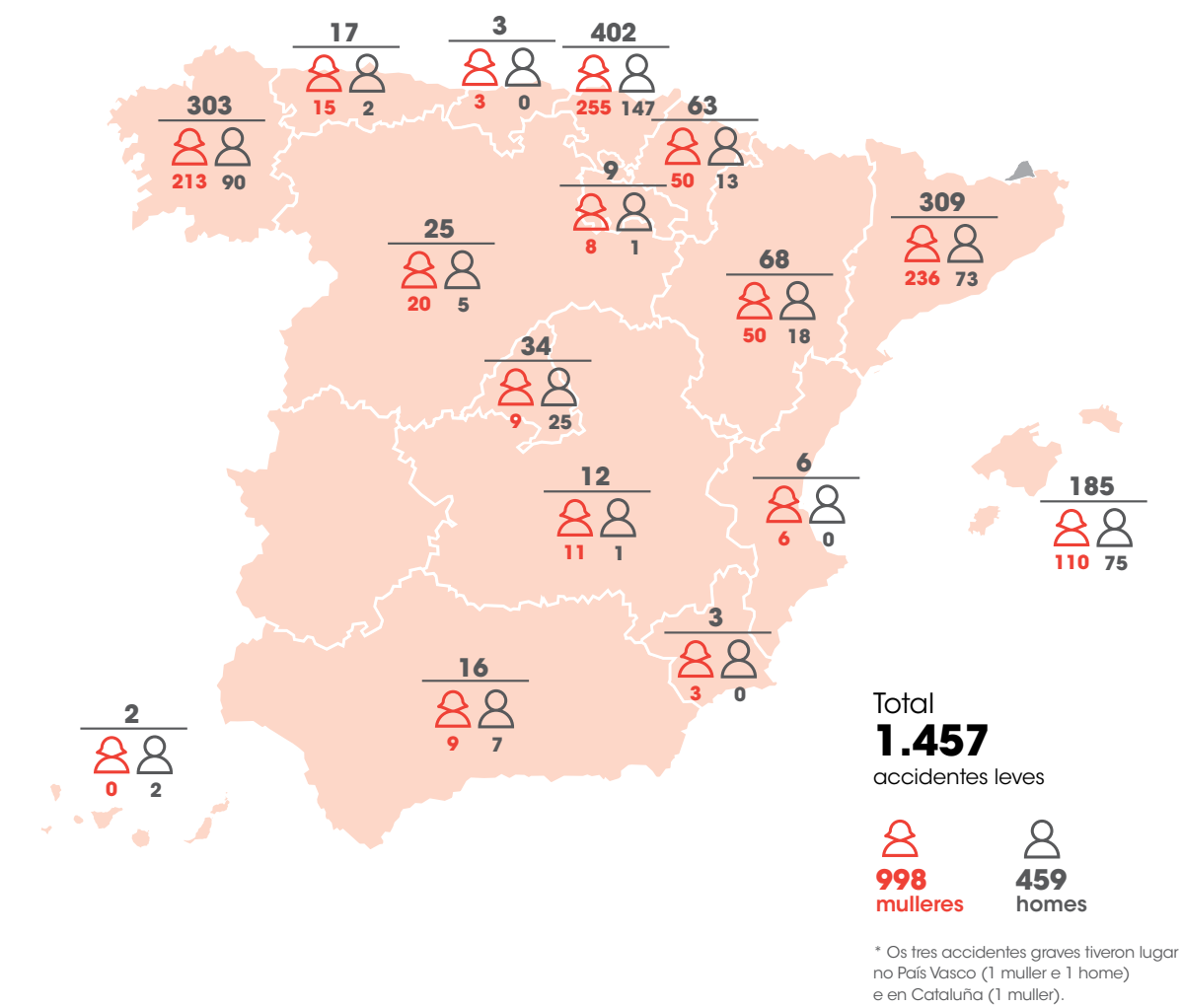


Mortes por accidente laboral ou enfermidade profesional

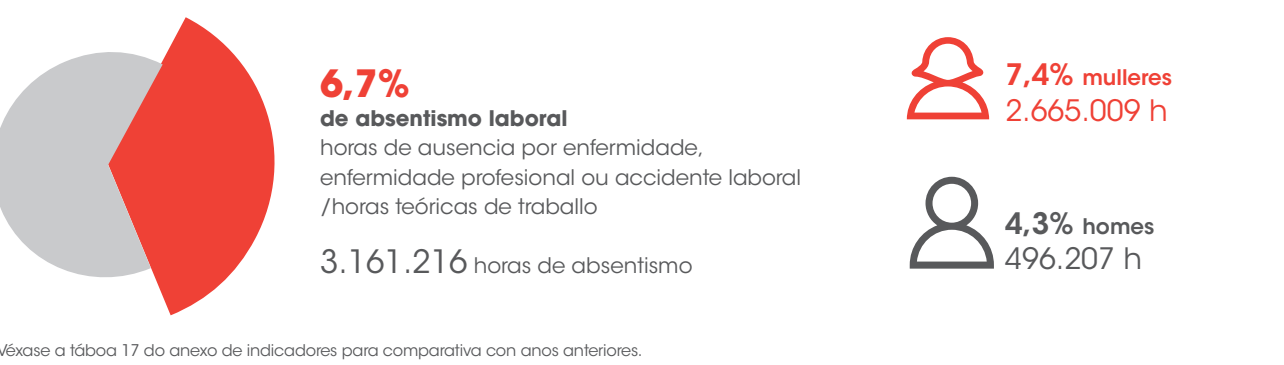


Véxase a táboa 16 do anexo de indicadores para comparativa con anos anteriores.

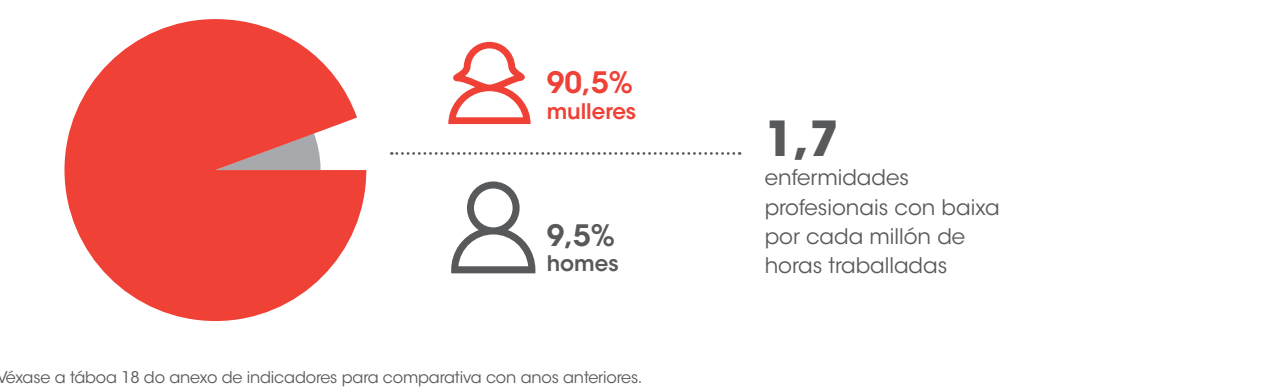
Distribución de accidentes leves con baixa por comunidade autónoma



Taxa de absentismo laboral



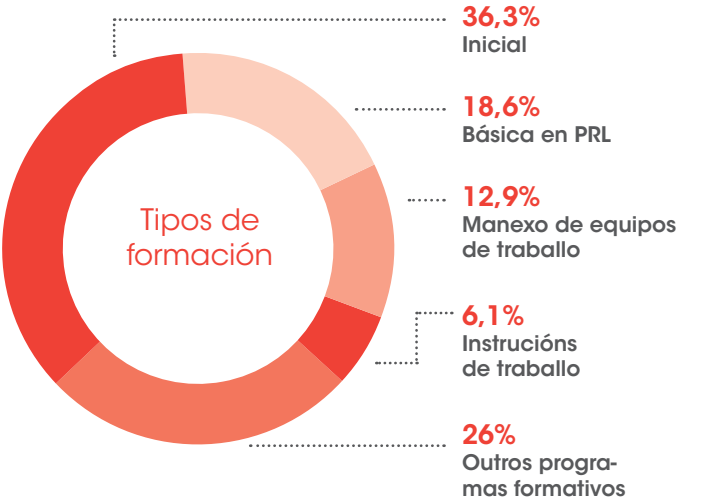
Taxa de enfermidades profesionais



Taxa de formación en prevención de riscos laborais 403,404,1

44.388
horas de formación en PRL

1,53
horas medias de formación por cada traballador ou traballadora



Desenvolvemento profesional 404-1; 404-2

Potenciar o desenvolvemento profesional e persoal dos equipos de EROSKI constitúe un dos tres alicerces do Plan Estratéxico para 2020, que sitúa a formación das persoas como unha das chaves na mellora competitiva. A través da capacitación do noso persoal, procuramos constituír equipos de traballo de alto rendemento, incentivar o crecemento profesional e fomentar a cultura cooperativa de autoxestión.

Este ano destináronse 1,7 millóns de euros a programas formativos, o que supón 191.938 horas totais dedicadas á capacitación dos nosos traballadores e traballadoras, que equivale a unha media de 6,6 horas por traballador.

Destaca o reforzo da formación realizada ao persoal de tenda de CAPRABO, onde o número de horas formativas practicamente se duplicou e reforzou, sobre todo a formación en técnicos/as.

Aínda que a formación presencial continúa a ser maioritaria, en 2019, incorporáronse novas formacións online, entre as que destacan a formación en Compliance penal e protección de datos e un xogo dixital (chamado Atrivity) sobre o 50 aniversario de EROSKI, onde os traballadores e traballadoras puideron aprender datos destacados da historia da cooperativa a través desta plataforma de ludificación.



Programas de formación destacados en 2019

Escolas de frescos

Continúan a destacar como formación no punto de venda as escolas de frescos de carnicería, peixaría, chacinaría, froitaría e panadaría. Participaron 270 persoas e destináronse 33.304 horas de formación en total.

Escolas Premium Fresh

Realizáronse dúas escolas Premium Fresh en chacinaría e carnicería, nas que se formaron 84 persoas e investiron 2.077 horas.

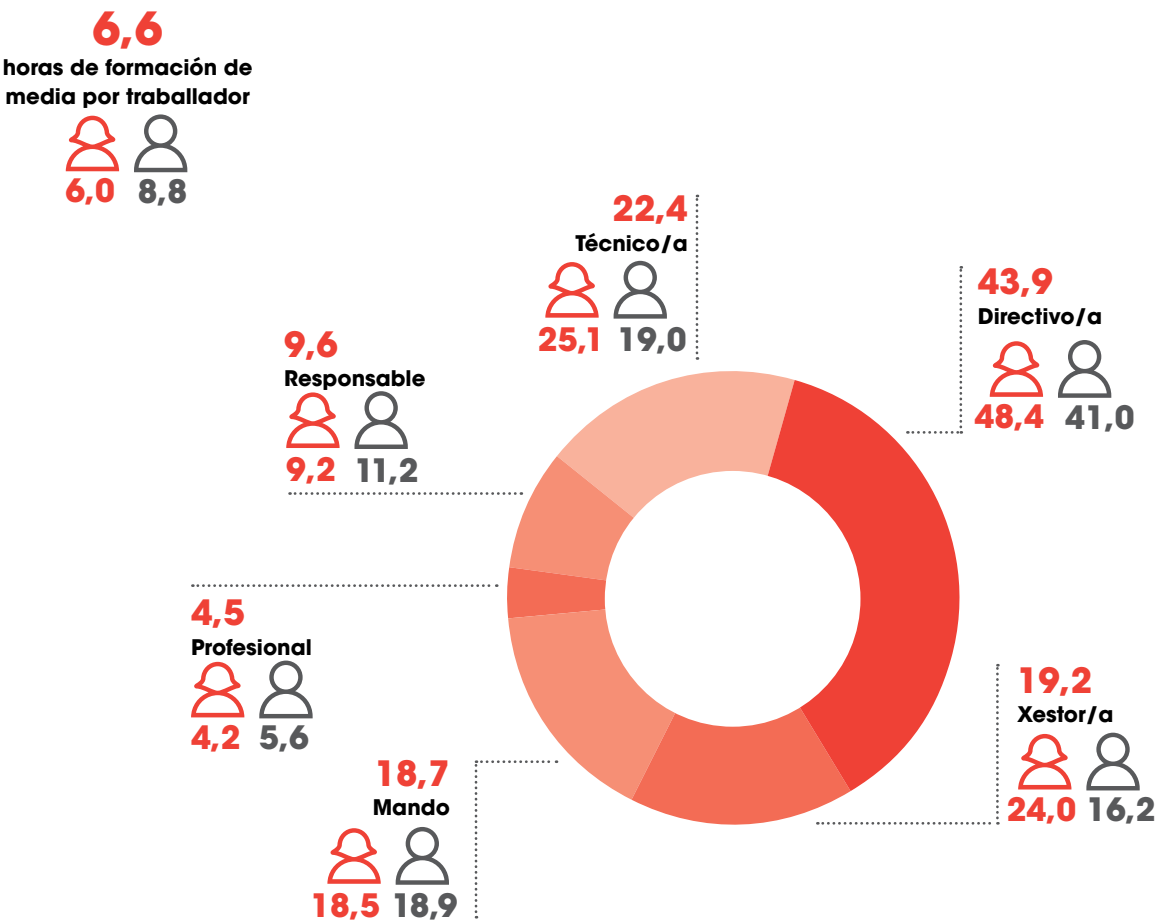
Academia de Innovación: EKINN

En 2019, lanzamos un novo ecosistema de innovación: Ekinn. Así chamamos ao conxunto de metodoloxías, ferramentas e dinámicas innovadoras que integramos na organización para impulsar a evolución do noso posicionamento diferencial.

Para dar forma a Ekinn, ademais das diferentes ferramentas e métodos que implementamos, contamos con 8 profesionais de EROSKI que se capacitaron para guiar estes procesos de innovación. Os nosos primeiros ekinnners formáronse en técnicas e ferramentas da innovación aberta, que incorpora a intelixencia colectiva aos procesos de innovación. Apoiámonos en Mondragon Unibertsitatea, entre outros prescitores na materia, para deseñar a nosa evolución futura.

En 2019, dedicáronse 1.748 horas á formación de 614 persoas en innovación, un alicerce fundamental da estratexia de EROSKI.

Horas medias de formación por xénero e categoría profesional



Véxase a táboa 19 do anexo de indicadores para comparativa con anos anteriores.

Número de horas de formación das persoas traballadoras segundo xénero e categoría profesional

	Mulleres	Homes	Total
Directivo/a	586	950	1.536
Xestor/a	3.054	3.276	6.331
Mando	17.284	11.351	28.635
Profesional	76.744	26.044	102.788
Responsable	21.892	5.934	27.826
Técnico/a	15.465	9.358	24.823
Total	135.025	56.913	191.938

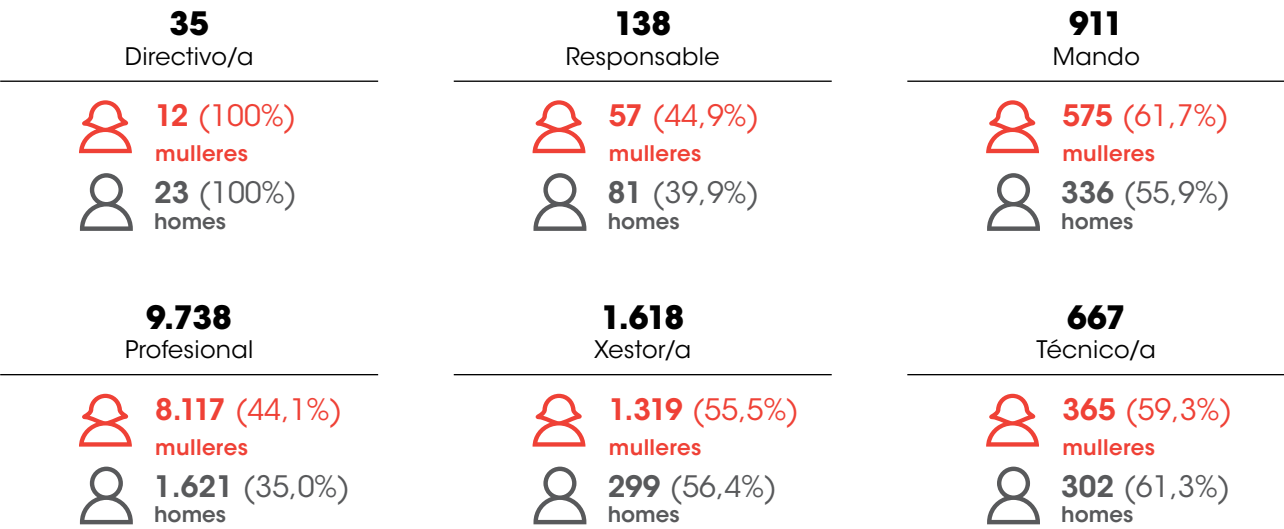
Promoción profesional 404-3

Xunto á formación, outro dos elementos que definen a xestión das persoas en EROSKI é a promoción, entendida como un proceso natural na vida profesional das nosas traballadoras e traballadores, e baseada na capacitación profesional e na calidade do desempeño. Neste sentido, en 2019, o 2,9% do noso persoal foi promocionado, o que corresponde a 283 persoas, das cales un 77% eran mulleres.

Número e porcentaxe de persoas con avaliación periódica do desempeño e desenvolvemento profesional



Número de persoas avaliadas e porcentaxe respecto do total de traballadores por categoría profesional e xénero



Véxanse as táboas 20 e 21 do anexo de indicadores para ver o número de empregados/as suxeitos a avaliación e a táboa 19 para comparativa con anos anteriores.

Kreando contigo: cultura cooperativa de autoxestión

Os Premios de Recoñecemento Corporativo Krea á innovación interna cumpriron a súa sexta edición. As persoas que traballamos no Grupo Eroski somos un equipo participativo, sempre dispostos a crear experiencias innovadoras nas nosas tendas día a día. En cada edición dos Premios Krea, as candidaturas presentadas sorprenderon por ser capaces de anticiparse ás necesidades da clientela e da sociedade, imaxinando as solucións que mellor reflicten a cultura de equipo que nos define.

Krea premia as boas prácticas e experiencias dos equipos que, de forma máis innovadora, deseñaron e puxeron en práctica as súas propias iniciativas, ideas que contribúen a afianzar aínda máis os principios e alicerces que mellor definen a nosa identidade organizativa.

A edición de 2019 suma ademais unha celebración moi especial. A do 50 Aniversario de Eroski S. Coop. e o 60 Aniversario de Caprabo. Para iso, determináronse dúas mencións especiais do xurado, que recoñecen a mellor iniciativa posta en marcha para conmemorar tan sinalada data tanto para Eroski S. Coop. como para Caprabo.

Emprendedoras e emprendedores franquizados

Aquelas socias e socios traballadores que desexen ter o seu propio negocio poden acollerse ao noso programa “contigo en franquía”, onde lles ofrecemos formación especializada, vantaxes e servizos personalizados, así como ferramentas avanzadas para a xestión das súas tendas, ademais do respaldo dunha marca de confianza como EROSKI. Ademais, contamos con acordos con entidades de financiamento e coa Confederación Española de Jóvenes Empresarios (CEAJE), para así darlles apoio e impulsar o emprendemento.



Inserción laboral e innovación social 103-3, 405

EROSKI, como cooperativa de consumo, é un proxecto colectivo consagrado aos consumidores e consumidoras e á sociedade. E, por tanto, estamos comprometidos coa integración de persoas en situacións desfavorecidas e en risco de exclusión social. Para iso, a través de convenios de formación ocupacional asinados cos servizos de emprego públicos ou con distintas organizacións como Cruz Vermella, establecemos anualmente programas formativos e prácticas non laborais para aqueles colectivos con maiores dificultades de inserción laboral. Isto permite a súa capacitación profesional e facilita a súa posterior incorporación laboral nos nosos puntos de venda. En 2019, por exemplo, asinamos un novo acordo coa Consellería de Traballo, Comercio

e Industria do Goberno Balear para facilitar a inserción laboral das persoas maiores de 45 anos.

En 2019, formouse a máis de 900 persoas, o dobre que en 2018, das que máis de 310 foron contratadas por EROSKI ao finalizar os programas de capacitación.

Entre as distintas iniciativas para a inserción laboral levadas a cabo en 2019, cabe destacar a posta en marcha de "A especialización en frescos", xunto coa Escola de Hostalería de Leioa e o Goberno vasco. Somos pioneiros nunha titulación oficial en todo o Estado e a formación conta con sete estudantes, que terminarán no ano 2020.

Programa Inserta da Fundación ONCE

EROSKI é unha das 64 empresas líderes en España que forman parte do Programa e Foro Inserta da Fundación ONCE. Como empresa Inserta, manifestamos o noso compromiso coa responsabilidade social, a diversidade e a discapacidade, e o noso afán de integrar esta variable de forma transversal na súa cadea de valor e nas políticas de RSC que desenvolven, mellorando con iso a súa competitividade. A Fundación ONCE colabora connosco no desenvolvemento de proxectos que

potencien o emprego das persoas con discapacidade e melloren a súa calidade de vida, optimizando todas as oportunidades de innovación, diferenciación e creación de valor que estes proxectos nos ofrecen.

En 2019, participamos ademais no encontro organizado por Expansión e a Fundación ONCE: Foro Inserta, "A unión do talento, a diversidade e a discapacidade".

Supermercados inclusivos

EROSKI continúa a estender o modelo de empregabilidade para persoas con discapacidade que comezou a desenvolver en 2015 xunto a Gureak e en 2017 xunto a Ampans. Esta iniciativa busca dar novas oportunidades á inclusión laboral de persoas con capacidades diversas.

Neste ano 2019, abríronse dous supermercados inclusivos franquizados, un EROSKI/City na localidade leonesa de Puente Villarente con Soltra, e un segundo supermercado CAPRABO con Ampans. Isto fai que xa sexan seis os supermercados inclusivos en toda a rede.

Así mesmo, potenciamos a inclusión social na nosa cadea de valor. Por iso colaboramos con fornecedores como Freshcut en Galicia, fabricante da marca Gallifresh, e a Fundación Ampans en Cataluña, comercializadora dos queixos Muntanyola, que promoven a inserción laboral de persoas con discapacidade intelectual, enfermidade mental e en situación de vulnerabilidade.

En 2019, ademais, VEGALSA-EROSKI subscribiu un acordo de colaboración coa cooperativa Mulleres Colleiteiras para a recollida e xestión de aceite usado na súa rede de establecementos da provincia da Coruña, para favorecer a protección do medio ambiente e a inserción laboral de mulleres en risco de exclusión social.

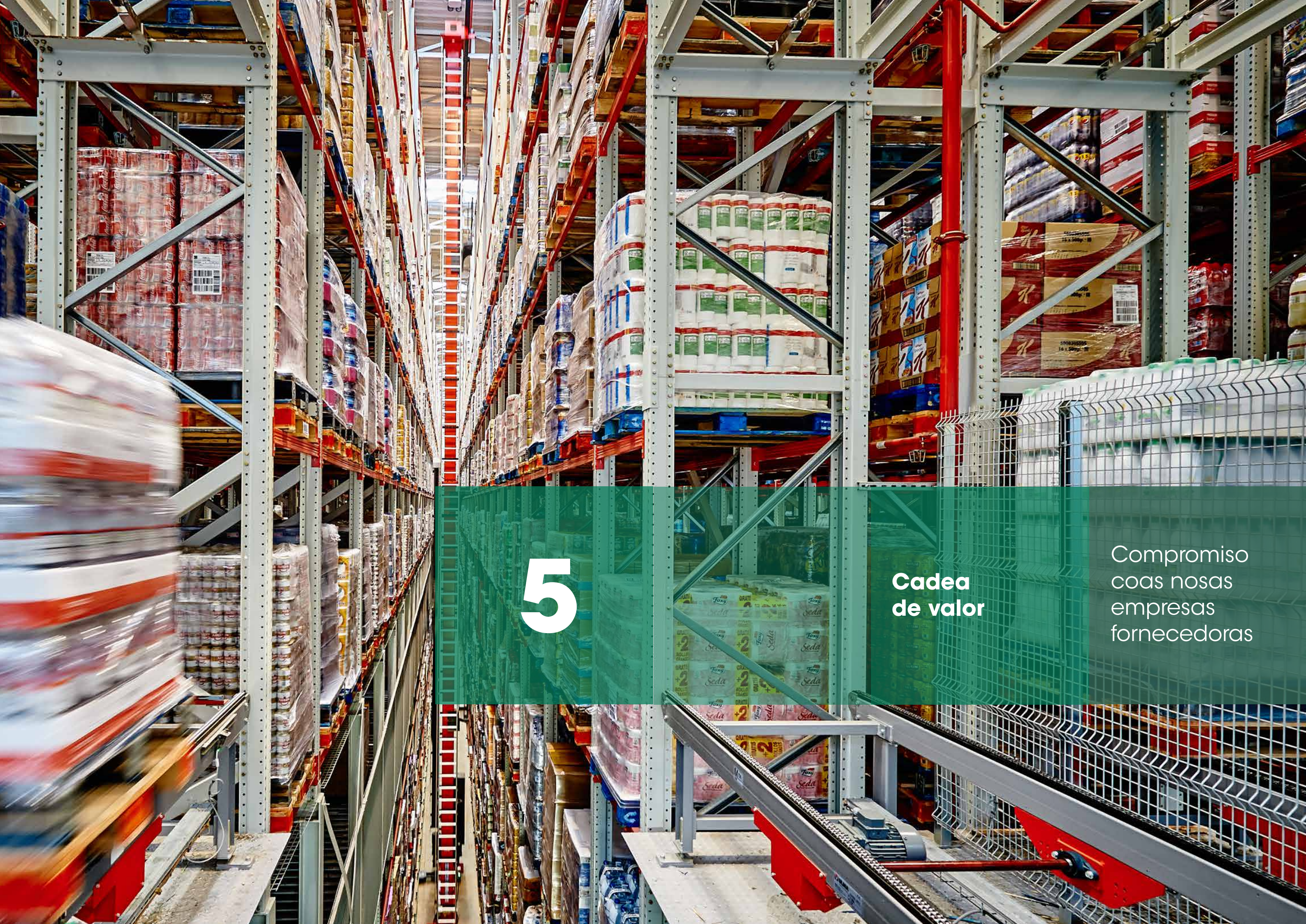
Ademais, respecto da accesibilidade dos nosos supermercados para os clientes, os nosos establecementos cumpren coa legalidade vixente nesa materia. Todos os proxectos de apertura e reforma son aprobados pola autoridade competente que o comproba. Así mesmo, o noso modelo considera algunhas melloras para as persoas con mobilidade reducida: balanzas máis baixas en froita, mostradores de información con rebaixe de altura e carros especiais. Ademais, asinamos un convenio co Goberno de Castela A Mancha para poñer en marcha iniciativas que faciliten a compra a persoas con discapacidade en catro centros desa comunidade.

Distribución de persoas traballadoras con discapacidade segundo xénero e categoría profesional

	Mulleres	Homes	Total	
Directivo/a	0	1	1	0,3%
Xestor/a	0	3	3	0,8%
Mando	4	7	11	2,9%
Profesional	208	116	324	86,6%
Responsable	17	9	26	6,9%
Técnico/a	4	3	7	1,9%
Total	233	141	374	

Véxase a táboa 22 do anexo de indicadores para comparativa con anos anteriores.





5

**Cadea
de valor**

Compromiso
coas nosas
empresas
fornecedoras

Cadea de valor eficiente e colaborativa

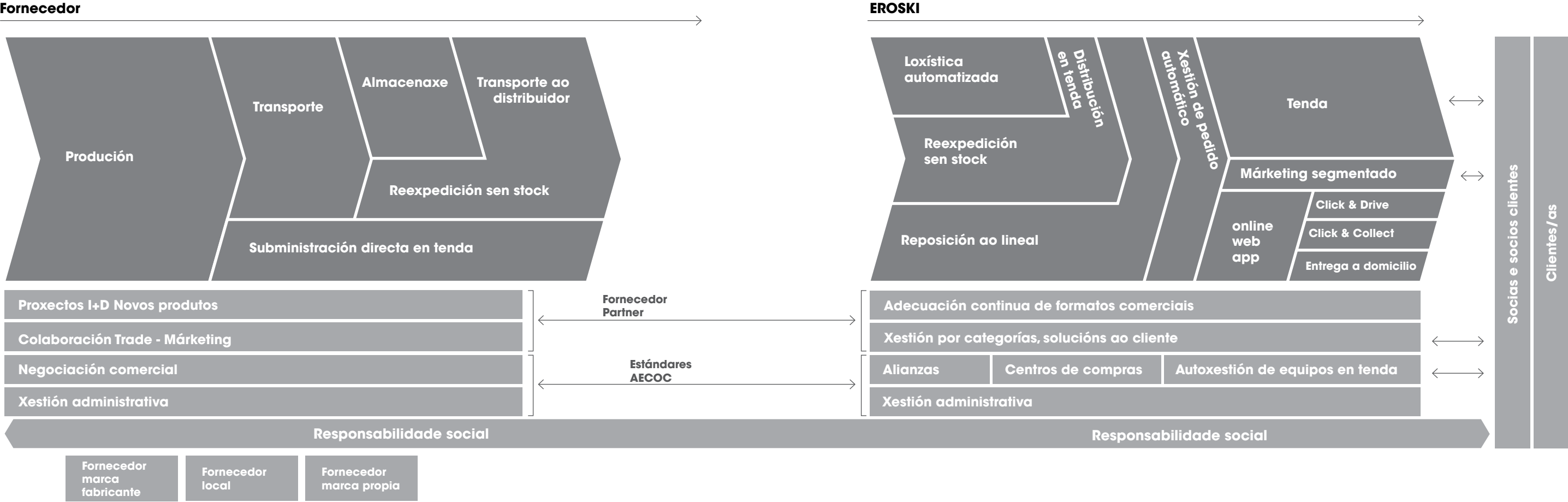


Os nosos modelo de tenda “contigo” non só é unha estratexia que se reflicte nos nosos establecementos e nunha nova forma de relacionarse cos nosos clientes, senón que supón tamén unha aposta pola innovación integral e a optimización da cadea de valor. Os nosos principais colaboradores, as empresas fornecedoras, deben impregnarse desta estratexia e enfoque comercial, participando activamente dela e axudarnos a construíla conxuntamente día a día.

Para lograr unha gama de produtos cada vez máis ampla, personalizada e cun maior aforro, contamos cunha cadea de valor aberta á marca de fabricante, á nosa propia marca e á enorme diversidade de alimentos de produción local nas inmediacións de cada unha das nosas tendas. Ademais, continuamos a manter as nosas alianzas comerciais para mellorar a nosa proposta aos consumidores e consumidoras en valor por prezo, e reforzando a diversidade do tecido produtivo agroalimentario para alcanzar un sector local sostible a través dun compromiso compartido de EROSKI e a nosa clientela.

As chaves da nosa mellora en competitividade comercial	Optimización dos procesos de venda e subministración, alcanzando unha maior eficiencia en toda a cadea de valor. 	Responsabilidade social e ambiental como criterio para a selección das empresas fornecedoras.
Innovación no marco de colaboración con empresas fornecedoras e organizacións referentes en alimentación. 	Prezos máis adecuados e competitivos grazas ás alianzas comerciais e á xestión de múltiples promocións e ofertas personalizadas. 	Diversidade do noso tecido produtivo agroalimentario, impulsando aos pequenos produtores locais.

A cadea de valor de EROSKI



As nosas marcas

Desde o seu nacemento, os produtos da marca EROSKI creceron ata converterse nun dos nosos máximos expoñentes, tanto por calidade como por prezo e aforro. Por iso, continuamos a traballar para ampliar esta gama: ao longo de 2019, lanzáronse 587 produtos novos da nosa gama de marca propia, que permitiron sumar xa máis de 6.500 produtos.

En 1977, fomos a primeira empresa de distribución en lanzar gamas de marca propia. A cor branca daqueles primeiros envases popularizou a expresión “marca branca”.



Número de produtos para estas marcas propias

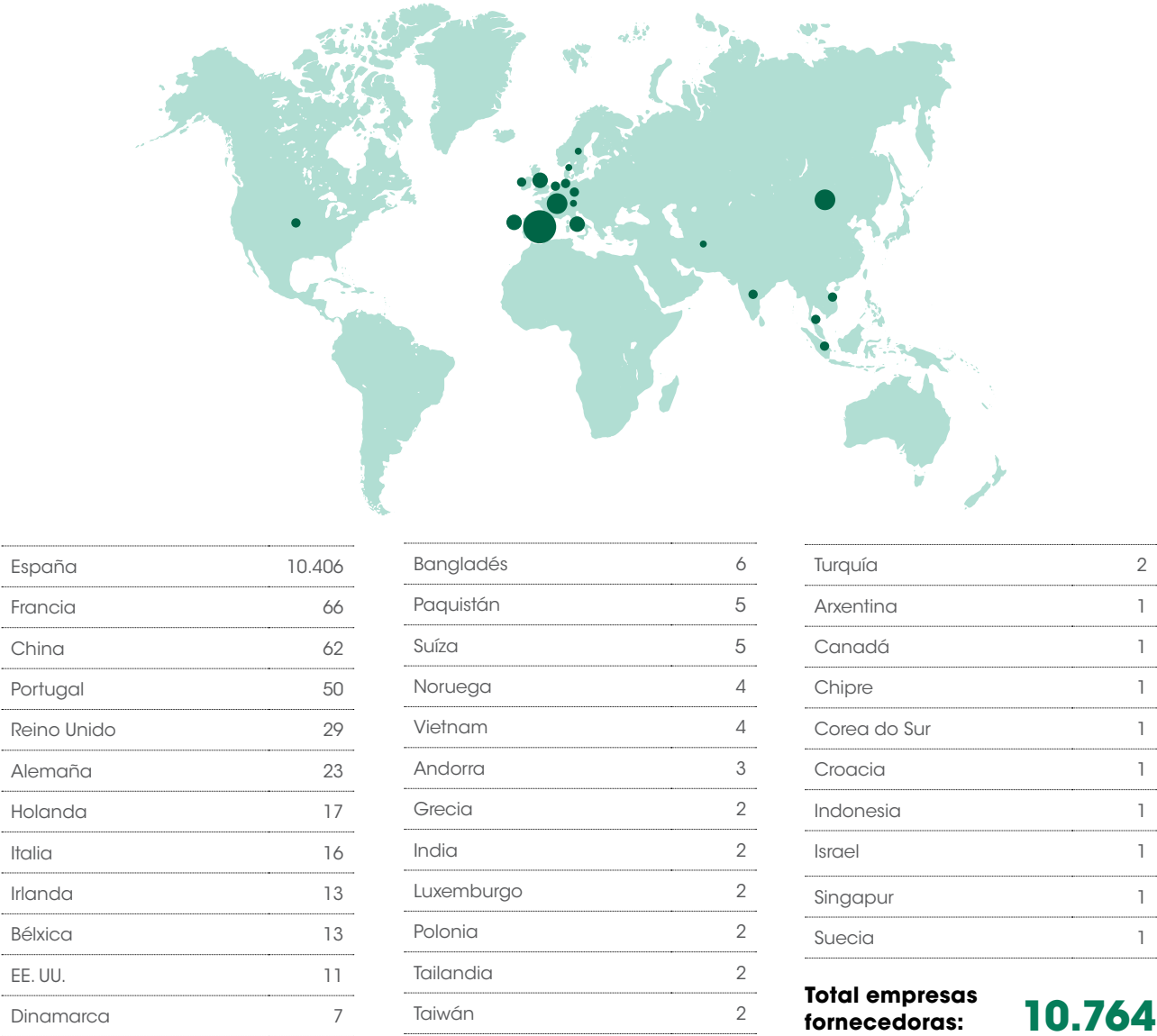
MARCA	2019	2018	Descrición
EROSKI SeleQtia	359	199	O mellor do mellor. Produtos testados polo Basque Culinary Center.
EROSKI	2.724	2.798	Ampla gama de produtos, todo o que necesitas, coa mellor relación calidade-prezo garantida.
EROSKI Natur	490	398	Produtos frescos con todo o sabor, total rastrexabilidade e calidade controlada, das mellores orixes e no seu mellor momento.
belle	464	449	Produtos de cosmética, hixiene e coidado persoal sen parabenos nin triclosán, dermatoloxicamente testados e ao mellor prezo.
EROSKI basic	315	362	Produtos de consumo ordinario, para todos os días, con todas as garantías de calidade de EROSKI a prezo máis baixo.
Visto e prace	1.747	2.126	Roupa e calzado con deseños propios e a mellor relación calidade-prezo.
Romester	316	408	Roupa e equipamento deportivo con deseños propios e a mellor relación calidade-prezo.
ecron	53	403	Aparellos electrónicos e electrodomésticos con diferentes niveis de funcionalidade e a mellor relación calidade-prezo.

Os nosos fornecedores 102-9; 102-10; 204-1

En EROSKI, traballamos con máis de 10.000 empresas fornecedoras comerciais e de servizos, coas que en 2019 realizamos transaccións económicas por un importe superior aos 4.600 millóns de euros. Isto tradúcese na comercialización de máis de 143.000 artigos diferentes no último exercicio. O noso compromiso co tecido produtivo nacional materialízase en que máis do 98% do gasto en empresas fornecedoras corresponde a empresas situadas no territorio español. Ademais, tratamos de impulsar o consumo de proximidade, colaborando con empresas fornecedoras locais e rexionais, que supoñen máis do 58% da nosa cadea de subministración comercial en España.

Dentro do Plan Estratéxico 2017-2020, estamos a desenvolver un Plan Xeral de Colaboración con Fornecedores que abarca todos os ámbitos da nosa organización e que está totalmente aliñado cos nosos 10 compromisos pola Saúde e a Sustentabilidade. Este plan desenvólvese a través de 3 eixes, que son Cliente (poñemos énfase nas necesidades dos nosos consumidores), Saúde (é unha das nosas principais pancas do plan estratéxico) e Eficiencia (apostaremos de forma clara pola parte lóxística).

Número de fornecedores comerciais e de servizos por país en 2019



Véxase a táboa 23 do anexo de indicadores para comparativa con anos anteriores.

AGECORE, a maior central de negociación europea

A central AGECORE é a nosa central europea de compras, formada por EROSKI xunto ao Grupo ITM (Francia), EDEKA (Alemaña), COLRUYT (Bélxica), CONAD (Italia) e COOP (Suíza), e que, desde os valores de constituír empresas independentes, comparten unha visión estratéxica a longo prazo. O seu obxectivo é poder ofrecer ás consumidoras e consumidores europeos unha gama de produtos máis ampla para unha maior liberdade de elección e uns mellores prezos, ao mesmo tempo que

amplía as oportunidades de negocio para as nosas empresas fornecedoras e nos proporciona un punto de encontro con outros distribuidores para buscar sinerxias e intercambiar coñecemento.

A facturación global de AGECORE alcanza os 140.000 millóns de euros e a súa actividade comercial desenvólvese en 8 países europeos (Alemaña, Bélxica, España, Francia, Italia, Suíza, Polonia e Portugal).

Responsabilidade social dos nosos fornecedores 102-9; 414-1; 414-2; 308-2

Como parte imprescindible da nosa cadea de valor, estendemos todos os nosos compromisos en materia de sustentabilidade a aquelas empresas fornecedoras, esixindo a xestión responsable do seu persoal e potenciando aquelas empresas que implementan sistemas de xestión ambiental.

Os principios fundamentais en materia laboral e de dereitos humanos que esiximos baséanse nos requisitos da Organización Internacional de Traballo e os Principios do Pacto Mundial das Nacións Unidas, ao que pertencemos desde 2002, e son:

- 1

Rexeitar e non practicar o traballo infantil.
- 2

Rexeitar e non practicar o traballo forzoso ou obrigatorio.
- 3

Prover un ambiente de traballo seguro e saudable.
- 4

Respectar a liberdade de asociación e o dereito á negociación colectiva.
- 5

Rexeitar e non practicar a discriminación por ningunha causa.
- 6

Rexeitar e non practicar o uso de castigos corporais, coacción mental ou física ou abusos verbais aos empregados.
- 7

Garantir o cumprimento legal sobre horas de traballo e días festivos.
- 8

Remunerar conforme a normativa legal de cada sector, garantindo que se cobren as necesidades básicas do persoal e algunha capacidade de gasto discrecional.
- 9

Implementar un sistema de xestión que asegure o cumprimento e a comunicación interna dos principios da norma.

O 100% das nosas empresas fornecedoras están sometidas a estas esixencias e condicionamos a nosa relación comercial con elas ao cumprimento pola súa banda dos dereitos humanos e laborais. Facemos un seguimento especial a aquelas empresas fornecedoras con maior risco, que son as pertencentes ao sector téxtil e de produtos de non alimentación localizadas en Asia. Igualmente, contamos cun regulamento interno que promove medidas para previr calquera tipo de actividade corrupta na xestión de empresas fornecedoras e contratas.

Comercio xusto
En EROSKI, fomos a primeira empresa de distribución en España en incorporar produtos de comercio xusto na nosa oferta comercial e somos recoñecidos por Fairtrade International como operador lexitimado para a importación e a distribución destes produtos coa súa propia marca comercial. A gama de produtos de comercio xusto que comercializamos está composta por café, cacao, té e azucre, ademais de distintos produtos téxtiles certificados. Este selo garante o cumprimento dos criterios sociais, económicos e ambientais do comercio xusto.

Loxística eficiente

A nosa rede loxística está composta por 20 plataformas propias, aínda que, para a subministración a todos os establecementos do Grupo, os nosos camións transitan por unhas 40 plataformas loxísticas, incluíndo outras que pertencen a empresas externas. En total, supoñen máis de 360.000 m² de superficie de almacén, desde onde distribuímos ata un millón de caixas diariamente. Como parte fundamental da nosa proposta comercial do modelo “contigo”, a oferta de produto fresco de calidade e proximidade é chave. Queremos ser recoñecidos polo consumidor como a cadea de alimentación de referencia na oferta deste tipo de produto e, para iso, é necesario traballar tanto nas redes loxísticas como nos fluxos de abastecemento, man a man cos produtores da zona.

En 2019, continuamos coa reestruturación do mapa de plataformas, creando novas instalacións modernas e eficientes, que nos permitirán atender as posibles deman-

das futuras dos nosos clientes (aperturas, crecementos de gama, “servizo ao unitario”, e-commerce, maior produto local, etc.). Unha das pedras angulares nas que se sustenta a transformación da rede loxística de CAPRABO é a construción dunha nova plataforma de distribución de produto fresco en El Prat de Llobregat (Barcelona). Cunha superficie próxima aos 24.000 m² e un investimento estimado de 20 millóns de euros, o proxecto iniciado en 2018 estará en pleno rendemento no ano 2020. Ademais, iniciouse o proxecto para a construción dunha plataforma de frescos en Vitoria-Gasteiz.

Como parte da innovación loxística necesaria para a implantación continua do modelo “contigo”, traballamos e innovamos en todos os niveis da cadea de subministración e na xestión loxística. Por exemplo, grazas ás nosas plataformas avanzadas, conseguimos automatizar gran parte da distribución.

Listaxe de principais plataformas loxísticas que usa o Grupo EROSKI



Proxecto de colaboración con empresas fornecedoras

A filosofía e base do proxecto de colaboración con empresas fornecedoras mantense, xa que estamos convencidos das fortalezas e os beneficios demostrados desde o seu inicio en 2014. Durante o Plan Estratégico 2017-2020, estamos a centrar os proxectos nun deste tres ámbitos: eficiencia, demanda colaborativa e colaboración. Algúns dos avances no plan de colaboración durante 2019 foron:

- Medición da dispoñibilidade no lineal para ter produto adecuado no lugar e momento precisos. Esta iniciativa permite maximizar as vendas e situar adecuadamente a marca fronte á competencia.
- Implantación dos estándares GS1, linguaxe común que permite a identificación única de produtos, unidades lóxicas, localizacións e activos ao longo de toda a cadea de subministración, co obxectivo de mellorar a eficiencia.

Ademais, como unha panca máis dentro do eixe de colaboración, continuamos a manter foros coas nosas empresas fornecedoras, onde compartimos a evolución dos indicadores chave principais, a situación dos proxectos conxuntos e os novos proxectos que deben abordarse. Por iso, en 2019, o Departamento de Fornecedoros reuniuse co Equipo de Procesos de Alimentación de EROSKI para visitar GREFUSA, a empresa especialista na elaboración de froitos secos e snacks de cereais en Valencia.

Por outra banda, reunímonos con axencias de transporte, o que nos permitiu presenciar as cargas da mercadería conxuntamente e coñecer novos métodos de entrega dos produtos que permiten unha gran mellora na produtividade da recepción e na preparación de pedidos.

Durante 2019 e como parte da mellora da eficiencia lóxística:

- Continuouse co desenvolvemento da metodoloxía Lean, que permite importantes progresos na cadea de subministración, que á súa vez se traducen nunha mellora da competitividade. En EROSKI levamos tempo implantando esta metodoloxía tanto nos procesos máis industriais como na nosa plataforma automática de Elorrio, así como en ámbitos de xestión e procesos máis organizativos.
- Implantouse un sistema que busca a eficiencia dun fluxo sen stock focalizado nunha determinada porcentaxe de referencias.
- Definíronse plans de acción para mellorar aquelas áreas con menor puntuación no Benchmarking Retailers de AECOC 2018 publicado en 2019, no que se indica que EROSKI consolidou a fortaleza da súa cadea de subministración, mellora os resultados obtidos en 2017 e queda en terceira posición.



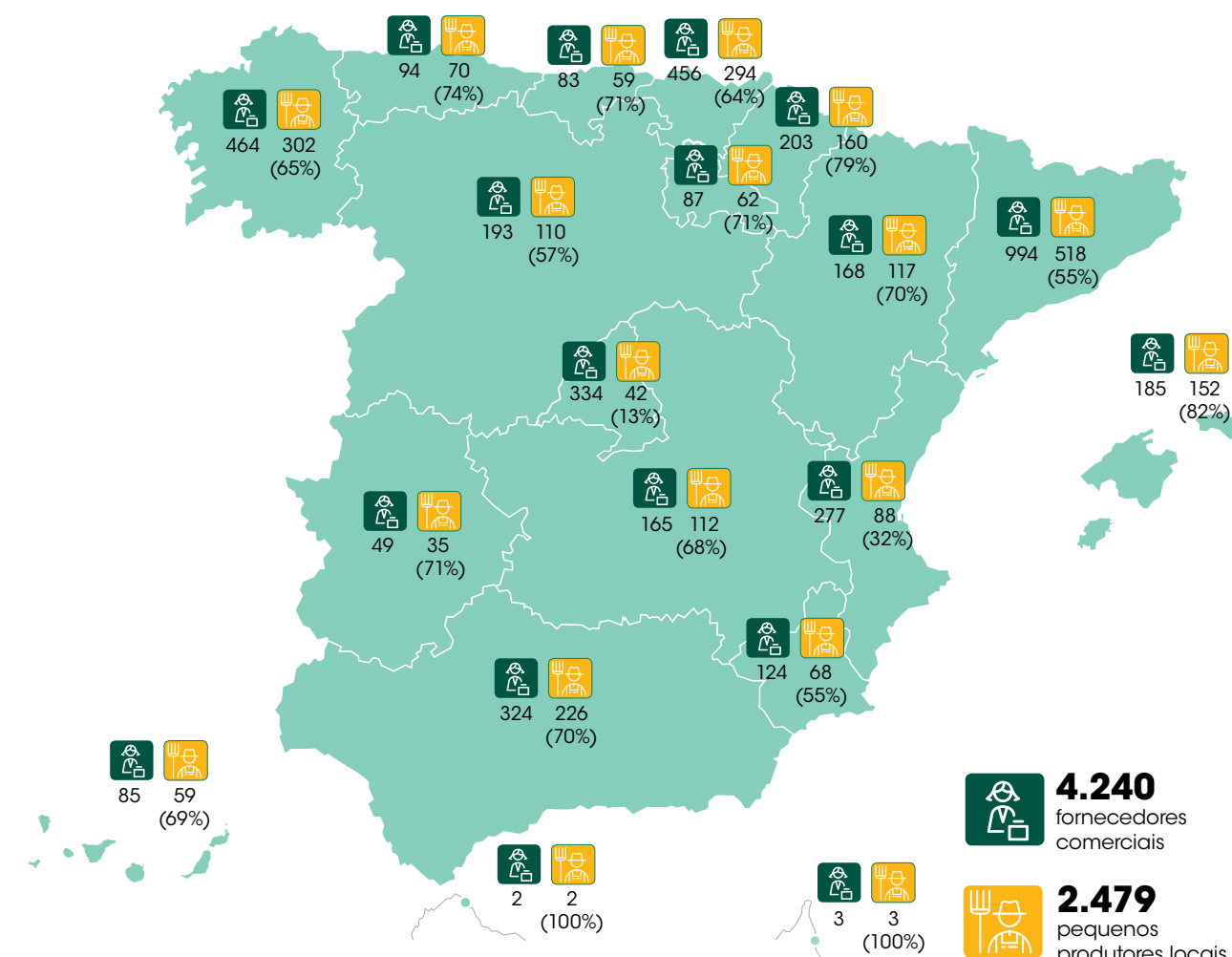
Comprometidos en ofrecer máis produto local

203-2; 204-1; 413-1

Ter a posibilidade de contar cun sector produtivo diverso e orientado ao desenvolvemento sostible a través das pemes do sector primario é o elemento máis relevante na nosa relación co mundo agroalimentario local: está nos nosos "xenes cooperativos" comprometernos con esta diversidade, crear contornas colaborativas e traballar cun gran número de empresas fornecedoras. A nosa política comercial potencia ao máximo as economías locais, creando riqueza na contorna e contribuíndo ao desenvolvemento agroalimentario, económico e social. Máis da metade das 4.200 empresas fornecedoras comerciais que ten EROSKI en España son pequenas empresas produtoras locais.

Os beneficios desta estratexia son varios. Por unha banda, as pequenas empresas produtoras dispoñen da canle de comercialización de EROSKI para distribuír as súas mercadorías, o que ten un alto impacto en termos de emprego, desenvolvemento rural e mantemento das paisaxes naturais. Doutra banda, os consumidores e consumidoras encontran en EROSKI produtos máis frescos, máis sostibles, máis sans e de maior calidade.

Número de fornecedores comerciais e produtores locais por comunidade autónoma en 2019



Véxase a táboa 24 do anexo de indicadores para comparativa con anos anteriores.

Colaboración con produtores agroalimentarios locais

EROSKI articula esta colaboración cos seus subministradores ao redor dos tres principais compromisos de actuación coas pemes agroalimentarias locais:

- 1** Achegar os produtos das pequenas empresas produtoras aos consumidores.
- 2** Desenvolver unha xestión comercial adaptada a microempresas, pemes e cooperativas.
- 3** Colaborar en plans para a súa profesionalización e crecemento empresarial.

En 2019, tivemos 1.774 novas altas de referencias locais-regionais, das cales 930 corresponden a seccións de frescos e 844 a alimentación. Esas novas altas xeraron unhas vendas de máis de 23 millóns de euros.

Ademais, continuamos renovando e xerando novos convenios de colaboración con organizacións sectoriais para o impulso dos alimentos locais, as denominacións de orixe (DO) e as indicacións protexidas (IGP). Actualmente, contamos con máis de 2.000 produtos con DOP ou IGP: máis de 1.600 viños con DOP, máis de 140 queixos con DOP, máis de 100 produtos de conservas vexetais, aceites, legumes e arroz con DOP, máis de 300 produtos cárnicos con IGP e máis de 100 froitas e hortalizas con DOP e IGP. A nosa aposta por este tipo de produtos na nosa marca propia ponse de manifesto coa incorporación en 2019 de seis referencias novas de queixos con DO (tres deles Idiazabal), 23 viños con DO, tres sidras con DO, unha referencia de xamón con DO e unha referencia de pataca con IGP.

O diálogo coas empresas produtoras agroalimentarias locais constitúe unha peza fundamental para este modelo de colaboración, polo que mantemos con elas encontros periódicos para seguir fomentando e innovando na estratexia común que tanto EROSKI como os pequenos produtores teñen de impulsar a diversidade no sector primario.

Promoción dos produtos locais

O obxectivo de EROSKI de fomentar os produtos locais esténdese tamén ao traballo por divulgar e promover os valores culturais, gastronómicos e culinarios inherentes a eles. Mentres que a nosa oferta de produtos de proximidade continúa a aumentar de maneira constante nos últimos anos, en EROSKI tamén estamos implicados na promoción do consumo destes alimentos autóctonos como vía para manter a nosa cultura gastronómica, a nosa economía e as nosas paisaxes.

Esta dinamización comercial focalízase en gran medida nos produtos frescos de tempada, especialmente apreciados polas persoas consumidoras. Neste sentido, realizamos campañas locais en distintas rexións e comunidades autónomas do Estado español, así como mono-gráficas rexionais. Ademais, organizamos e participamos en distintas feiras de produtos locais, entre as que destacan:

- **As 3 feiras celebradas en Bilbao, Zaragoza e Pamplona no marco do 50 aniversario de EROSKI**
- **IV Feira CAPRABO de Produtos de Proximidade de Barcelona**
- **II Xornada Gastronómica con Produtos de Cooperativas Agrarias de Cataluña**

Proxecto Diverhortaliza

Trátase dunha oportunidade de abordar a diversificación da produción de variedades locais mediante a cooperación e a investigación a rexións con contornas e condicións climáticas complexas como o País Vasco.

Sinatura de 5 convenios con DO en Baleares

Asinamos convenios de colaboración que permitirán a promoción dos produtos de orixe certificado balear, en concreto, en relación cos produtos de queixos, viños, olivas, aceites e sobrasada.

Acordo coa Unión Agrogandeira de Álava (UAGA)

Este acordo asinado en novembro fomenta a promoción e desenvolvemento dos produtos agrarios alaveses.





Gure baratzak fresko mantentzen ditugu ur lainotatuarekin (airea eta ura partikula oso finetan)

Manifermos nuestras verduras frescas con agua nebulizada (aire y agua en partículas finísimas)

6

Medio ambiente

Compromiso coa sustentabilidade ambiental

Compromiso coa sustentabilidade ambiental

307



En EROSKI, traballamos para garantir o cumprimento da lexislación aplicable á materia en todos os seus ámbitos de actuación. Pero, ademais, engadimos un continuo esforzo para mellorar a identificación, a caracterización e a minimización dos principais impactos negativos, así como a optimización dos impactos positivos que a nosa actividade exerce no ambiente.

Para iso, consideramos todas as fases nas que, na nosa actividade como distribuidores, poidamos afectar a con-

torna. É dicir, desde a fabricación de produtos coas empresas fornecedoras ata a xestión do residuo final xerado nos fogares e nas nosas propias instalacións. Esta visión global dos nosos efectos no medio ambiente procura actuar sen transferir os impactos dunha fase a outra e transmitindo tamén ese compromiso na protección da contorna a todos os nosos grupos de interese. Este modelo de comportamento en relación coa nosa contorna é, á súa vez, un dos principios do código de conduta da nosa organización.



Política ambiental

Este compromiso intégrase de forma transversal en toda a organización a través dunha política ambiental que alíña o respecto ao medio ambiente e o benestar social cos nosos obxectivos estratéxicos. Esta política está dirixida a minimizar o noso impacto sobre o cambio climático, a protección e a utilización de maneira sostible dos recursos naturais, a xestión dos residuos baixo modelos de economía circular e a preservación da biodiversidade. Os principios básicos da nosa política son:

- 1 Manter unha actitude proactiva que, ademais de garantir o cumprimento da normativa ambiental vixente, nos leve a adquirir compromisos progresivamente esixentes.
- 2 Prever a contaminación mediante a sistematización da nosa xestión ambiental, de maneira que nos permita controlar, medir e evitar ou reducir o impacto ambiental asociado á nosa actividade.
- 3 Basear o sistema de xestión ambiental na mellora continua dos aspectos máis relevantes para a organización. Para iso, fixamos obxectivos cuantificables e asignamos os recursos necesarios para a súa consecución.
- 4 Incluír a variable ambiental na investigación e o desenvolvemento dos produtos e servizos que ofertamos, buscando a rendibilidade das accións ambientais que poñemos en práctica e identificando novas oportunidades de negociación.
- 5 Fomentar actitudes de colaboración e participación de todos para conseguir un desenvolvemento sostible. Para iso, a formación e a información das persoas son imprescindibles en todos os niveis da organización.
- 6 Establecer canles de comunicación fluídas con autoridades, comunidade local, organizacións sectoriais, fornecedores e consumidores que garantan unha difusión permanente e de maneira transparente dos impactos da nosa actividade, así como dos recursos e tecnoloxías que destinamos a minimizalos.

Obxectivos sostibles

En 2018, como parte dos nosos compromisos pola Saúde e a Sustentabilidade, fixámonos uns obxectivos de mellora ambiental para os próximos anos e despregamos varias liñas de traballo para a súa consecución, que seguimos desenvolvendo en 2019 e que se detallan neste capítulo. Os obxectivos máis destacados son:

 **Reducir un 25% as nosas emisións de CO₂** para 2025 a fin de minimizar o noso impacto no cambio climático. Para iso, estamos a mellorar a eficiencia dos nosos equipos e procesos e aumentando o uso de enerxías renovables.

 **Reducir un 20% as toneladas de envases de plástico** que comercializamos en 2025, co obxectivo de reducir a nosa posible contribución á contaminación do medio mariño e terrestre con este material. Para iso, estamos a potenciar a venda a granel, o uso de bolsas e envases reutilizables e a utilización de materiais alternativos de orixe renovable.

 Orientar os nosos procesos cara ao **desperdicio cero** e os principios da **economía circular**, co obxectivo de garantir que non se malgaste ningún alimento, evitando así o impacto ambiental e social que se xeraría en caso contrario. Con este fin, tamén estamos adoptando un deseño ecolóxico nos nosos envases e embalaxes, para que sexan **100% reciclables en 2025**.

 Potenciar os produtos producidos de forma máis respectuosa co medio ambiente e os animais, esixindo **certificacións ambientais no 100% dos nosos produtos EROSKI Natur** e ampliando a gama de produtos ecolóxicos, con selos de benestar animal, etc. Ademais, colaboramos cos nosos fornecedores a través de distintos proxectos para garantir que incorporen criterios de mellora ambiental nos seus procesos.

Principais indicadores 413-2

Materiais 301-1

Materiais usados nos produtos e nos envases de marca propia declarados nos sistemas colectivos de responsabilidade ampliada de produtor



Véxase a táboa 25 do anexo de indicadores para comparativa con anos anteriores.

Papel



Renovables	
Folletos de publicidade	4.559
Revistas	388
Tickets de compra	285
Sede	10

Publicidade:
Todo o papel conta coa certificación PEFC 70% (Programme for the Endorsement of Forest Certification schemes) que garante que provén de bosques xestionados de forma sustentable.

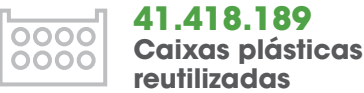
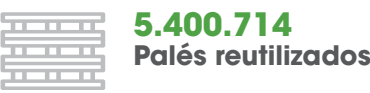
Revistas CONSUMER EROSKI e EROSKI Club

Todo o papel conta coa certificación FSC® (Forest Stewardship Council) ou PEFC, que garante unha xestión forestal responsable.

Sede Elorrio:
Usamos un papel ecoeficiente con selo FSC® e EU Ecolabel con menor gramaxe.

Véxase a táboa 26 do anexo de indicadores para comparativa con anos anteriores.

Envases loxísticos reutilizados 301-3



A porcentaxe de rotura varía entre o 0,3% e o 30% dependendo do tipo de envase loxístico. Todas as roturas conxuntamente supoñen só un 10% dos envases loxísticos.

A reutilización destes envases loxísticos permite a redución de máis de 3.100 toneladas de CO₂ eq. ao ano e evitar tallar máis de 2.500 árbores.

Véxase a táboa 27 do anexo de indicadores para comparativa con anos anteriores.

Bolsas de caixa comercializadas



2.387.601
bolsas de plástico reutilizables certificadas por AENOR*

1.433.958
bolsas de rafia, cun 70% de plástico reciclado, reutilizables

229.965
bolsas solidarias reutilizables

37.328.955
bolsas con máis dun 55% de plástico reciclado

1.111.466
bolsas de papel

7.069.530
bolsas compostables

41.401.119
bolsas de plástico dun só uso*

26.598
outras bolsas

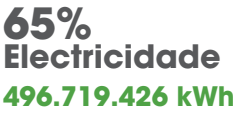
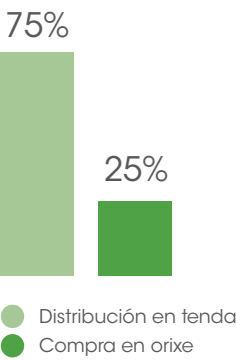
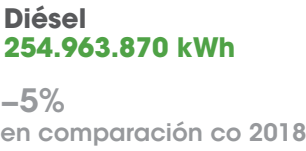
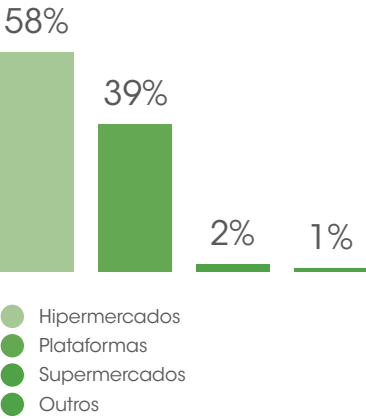
* O cambio a novas bosas de caixa non se produciu ao 100% na rede en 2019; ao longo de 2020, eliminaranse as bosas 100% plástico convencional dun só uso en todas as tendas.

Enerxía 302-1; 302-2; 302-3; 302-4

Consumo de enerxía dentro da organización

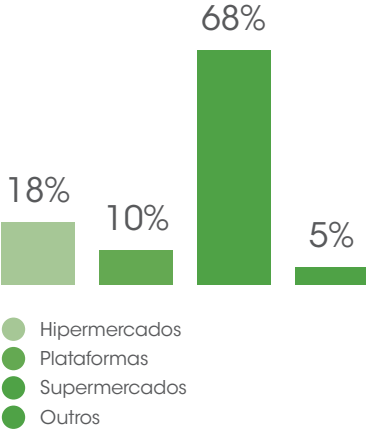


-5% en comparación co 2018



-9% en comparación co 2018

* O 37,8% da electricidade consumida corresponde a fontes renovables.



Consumo de enerxía fóra da organización 302-2

Queroseno consumido polas viaxes de traballo en avión, diésel consumido por viaxes de traballo por estrada e en tren e electricidade polas viaxes en tren:
17.103.436 kWh

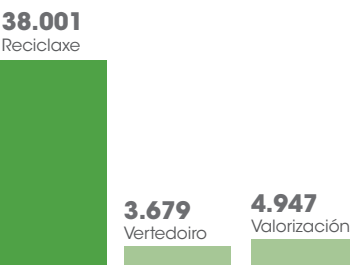
Véxanse as táboas 28, 29 e 30 do anexo de indicadores para comparativa con anos anteriores e os valores en Xigajoules.

Residuos 306-2

En EROSKI desenvolvemos procesos de loxística inversa, desde as tendas ata as nosas plataformas, co obxectivo de asegurar a correcta xestión dos residuos que a nosa actividade xera e minimizar o impacto ambiental da fase de transporte dos residuos polo xestor autoriza-

do. No entanto, nalgúns casos existe tamén recollida do residuo directamente por parte do xestor nos nosos establecementos. Os datos presentados nesta memoria corresponden aos residuos xerados nos nosos negocios recollidos mediante loxística inversa ou un xestor externo.

Residuos non perigosos 46.627 toneladas

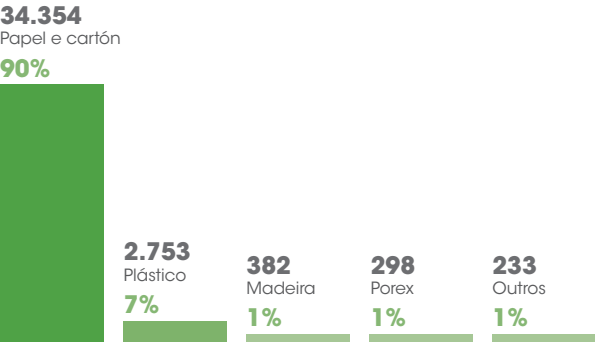


Residuos perigosos 18 toneladas



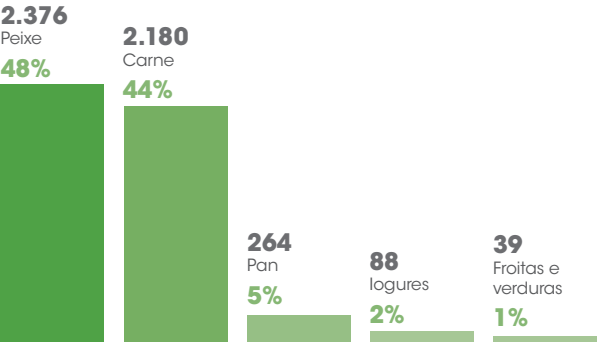
Total residuos xerados 46.645 toneladas

Residuos reciclados 38.019 toneladas



Véxase a táboa 31 do anexo de indicadores para comparativa con anos anteriores.

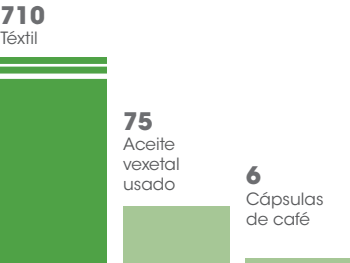
Residuos orgánicos valorizados 4.947 toneladas



Produción de fariñas e aceites animais e de pensos para alimentación animal.

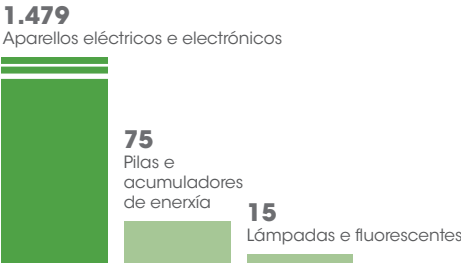
Residuos recollidos de clientes para a súa reciclaxe

Residuos non perigosos 791 toneladas



Véxase a táboa 32 do anexo de indicadores para comparativa con anos anteriores.

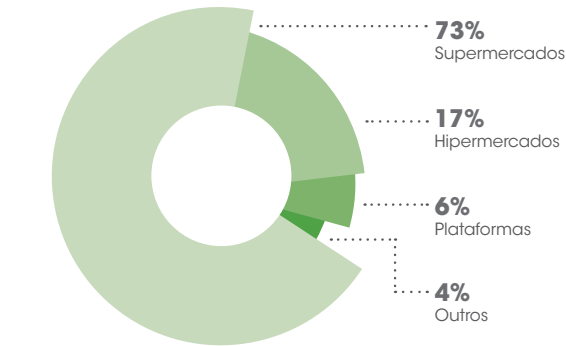
Residuos perigosos 1.569 toneladas



Consumo de auga 303-1

Auga que consumen as nosas tendas, plataformas e sedes é servida por redes municipais de abastecemento de auga potable, as cales xestionan directamente a captación e a potabilización da auga distribuída.

1.028.495 m³ de auga consumida

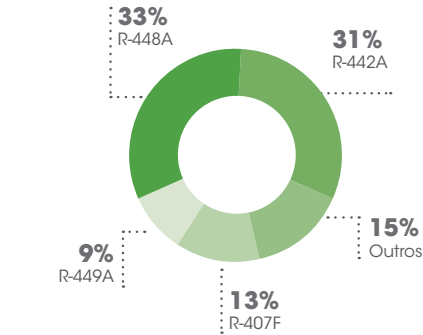


Véxase a táboa 33 do anexo de indicadores para comparativa con anos anteriores.

Refrixerantes consumidos para compensar fugas 301-1; 305-1

Todos os refrixerantes consumidos por EROSKI en 2019 para compensar fugas teñen un potencial de esgotamento do ozono nulo (sustancias non incluídas nos anexos A, B, C e E do Protocolo de Montreal).

58,31 toneladas refrigerantes consumidos



Véxase a táboa 34 do anexo de indicadores para comparativa con anos anteriores.

Verteduras e derramos 301-2; 303-4; 306-1; 306-3

1.018.210 m³ de auga residual xerada

Auga residual que xeramos é tratada nas estacións de depuración de augas residuais dos municipios onde se desenvolve a nosa actividade. Estímase que o volume de auga residual xerado en 2019 foi de 1.018.210 m³. EROSKI cumpre coa legalidade vixente en materia de prevención e control de derrames e verteduras incontroladas; en 2019, non se detectou ningunha significativa.

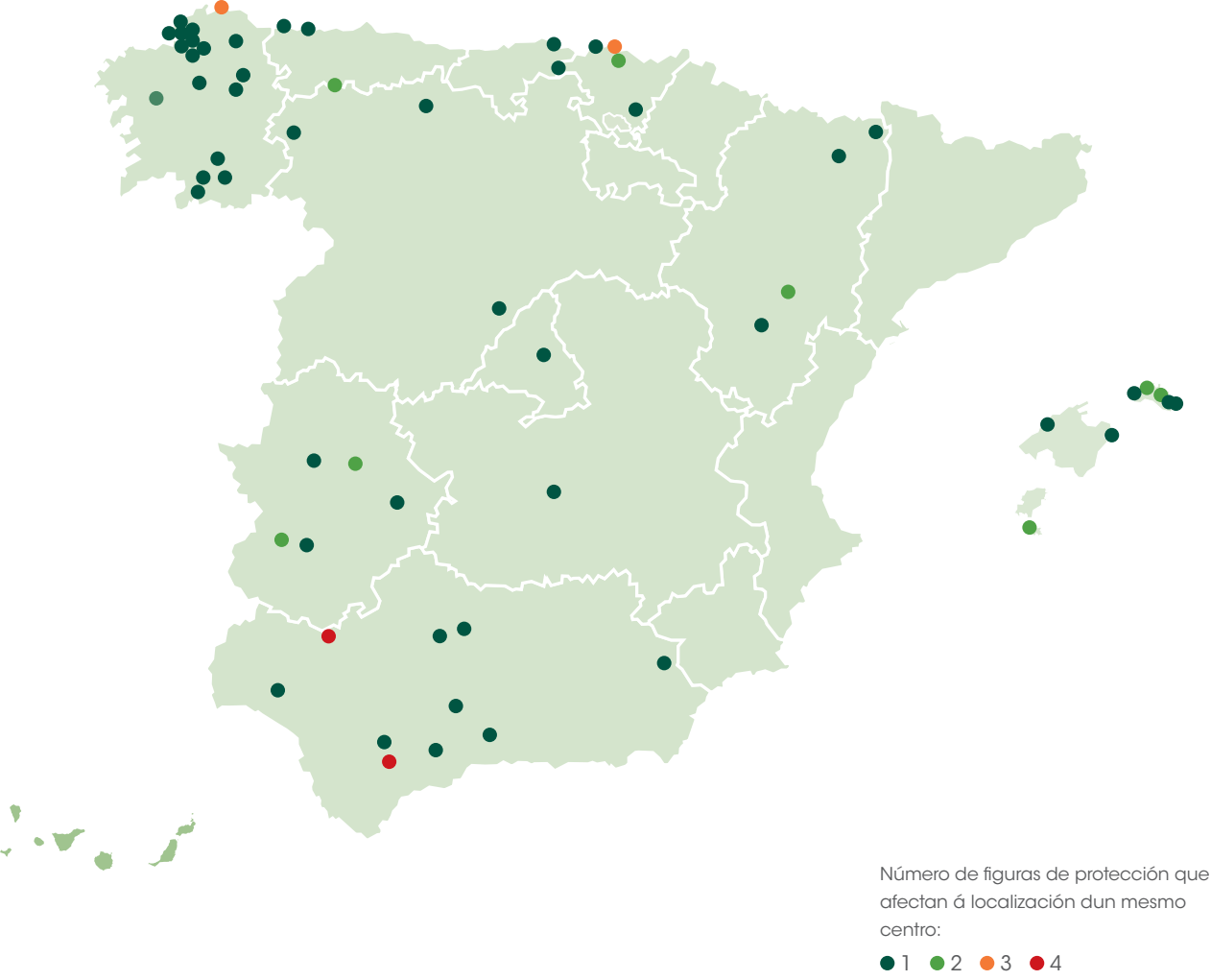
Detectáronse dous casos de chans ou augas subterráneas afectadas (Abadiño e Usurbil) após a toma de mostros en piezómetros, procedentes de derrames en anos pasados, cuxo volume é descoñecido; as filtracións ao subsolo e augas poderían terse producido por negligencia dalgún cliente na reposición (derrame accidental), por algún derrame accidental no proceso de carga de tanques por parte da empresa subministradora ou por outras causas. Toda a rede de gasoleiras EROSKI conta cun sistema de detección de fugas, e non foi rexistrado ningún tipo de fuga por estes equipos. A rede conta cun contrato de mantemento preventivo cunha empresa de mantemento de instalacións petroleiras que vixía o correcto funcionamento de toda a instalación. Ademais, todas as probas de estanquidade, tanto de tanques como de tubaxes, foron satisfactorias. Para estes dous casos detectados existen plans de remediación xa presentados ás autoridades competentes e que se iniciarán proximamente. Ademais, están en marcha outros dous plans de remediación para dous casos de contaminación detectados en exercicios anteriores (Vélez-Málaga e Jaca) e finalizouse satisfactoriamente o iniciado en 2017 en Albacete, polo que en 2019 iniciamos o plan de control e seguimento tras a remediación con resultados positivos e que finalizará en 2020.

Localización dos nosos centros en zonas de gran valor para a biodiversidade 304-1

Todos os nosos centros están situados en zonas urbanas; 90 encóntranse situados dentro de zonas afectadas polas seguintes figuras de protección:

- ENP (Espazos Naturais Protexidos)
- IBAS (Áreas Importantes para a Conservación das Aves e a Biodiversidade en España)
- Rede Natura 2000 (LIC, ZEC e ZEPA)
- Reservas da Biosfera
- IEZH (Inventario Español de Zonas Húmidas)

Cómpre salientar que existen provincias ou comunidades autónomas nas que gran parte do seu territorio é considerado espazo de gran valor para a biodiversidade, como Galicia ou Baleares. EROSKI cumpre sempre coa lexislación en materia ambiental e de biodiversidade á hora de situar e construír os seus centros. Ademais, traballa para minimizar o impacto ambiental e impulsar medidas que preserven a biodiversidade a través de accións como a pesca sostible ou a colaboración con entidades como WWF (World Wildlife Fund for Nature) desde 2007, como experto mundial en conservación ambiental. Entre as nosas accións conxuntas destacan a actualización da nosa política de sustentabilidade en produtos pesqueiros ou a promoción dun consumo máis responsable a través da nosa Escola de Alimentación.



Produtos con certificacións ambientais

Incorporamos o obxectivo de preservación da biodiversidade terrestre e mariña na construción da nosa oferta comercial.

- 2.140 produtos **ecolóxicos**.
- 342 mostradores e 8 plataformas lóxicas de pesca certificados por **MSC**.
- O 100% do noso atún en conserva cumpre os principios da **ISSF**.
- 490 produtos **EROSKI NATUR**, que inclúen certificacións como Global G.A.P., de produción integrada ou de benestar animal.
- 74 produtos con selo **FSC®**, **PEFC** ou **FSI**.



305-1; 305-2; 305-3; 305-4; 305-5; 305-6

CO₂ CH₄ N₂O HFC



-18%
en compa-
ración
co 2018

	kg CO ₂ eq/m ² superfície comercial	g CO ₂ eq/€ vendas netas
Alcance 1	131,6	35,4
Alcance 2*	80,7	21,7
Alcance 3	24,2	6,5
Total	236,5	63,5

Véxanse as táboas 35 e 36 do anexo de indicadores para comparativa con anos anteriores.

Alcance 1
Emisiones directas
162.073
toneladas CO₂ eq.

Fonte de Energia	Porcentagem	Consumo (GWh)
Refrigerantes	60%	96.231
Transporte por estrada	39%	64.304
Gas natural	1%	1.538

-35%
en comparación
co 2018



Tipo de Negócio	Porcentagem	Valor
Supermercados	68%	67.172
Hipermercados	17%	17.555
Plataformas	10%	9.907
Outros negocios	5%	4.711

-1%
en comparación
co 2018

Categoría	Porcentaxe	Valor
Diésel de transporte (do pozo ao tanque)	49%	14.615
Papel consumido na sede de EROSKI, folletos, t́ickets e revistas	33%	9.651
Viaxes de traballo en avión e por estrada (emisións de combustión)	15%	4.566
Diésel en viaxes de traballo (do pozo ao tanque)	2%	641
Auga	1%	308
Viaxes de traballo en tren	0%	8

Accións de mellora ambiental

Acorde á nosa política ambiental e aos aspectos ambientais máis relevantes asociados á nosa actividade, en EROSKI contamos cunhas liñas de traballo que se basean na mellora continua e aliñanse cos nosos obxectivos estratéxicos. Gran parte delas recóllese no compromiso 5 de fomento dun consumo máis responsable; no 6, de ofrecer máis produtos locais; e no 10, de facilitar unha vida máis saudable e sostible. Estas accións de

mellora afectan a distintas etapas do noso itinerario produtivo, polo que tamén involucramos aos actores externos á nosa organización na medida en que poidan contribuír á redución da nosa pegada ambiental. Pódense agrupar en catro eixes de acción: os produtos que ofrecemos; as nosas actividades loxísticas; as nosas tendas e a súa xestión, e os consumidores e consumidoras.

Produtos

En EROSKI cremos que é indispensable colaborar con empresas fornecedoras responsables que compartan o noso compromiso co desenvolvemento sostible para a incorporación do factor ambiental na nosa oferta. Velamos porque todos os procesos, desde a orixe da produción ata as operacións na tenda, pasando por toda transformación e manipulación, reduzan o seu impacto ambiental. Isto inclúe a erradicación de tratamentos fitosanitarios posteriores á colleita, a certificación das nosas peixarías con selos de sustentabilidade, o control do uso

de antibióticos, a incorporación de prácticas que garantan o benestar animal ou o fomento de gamas ecolóxicas.

Para conseguir que a nosa clientela goce de produtos cun mellor comportamento ambiental, actuamos en tres liñas de traballo fundamentais: a garantía da orixe sostible dos produtos, o fomento dos produtos locais e o consumo de proximidade e o ecodeseño dos envases e os produtos das nosas marcas propias.

Orixe sostible certificada

Hai décadas que traballamos para ofertar alternativas máis saudables e sostibles aos consumidores e consumidoras. Algúns momentos cruciais destes 50 anos de traxectoria foron a eliminación, en 1989, dos aerosois CFC, prexudiciais para a capa de ozono, e a garantía, desde 2004, de que ningún produto de marca propia contén transxénicos.

Na mesma liña, desde hai anos contamos con diversas certificacións, etiquetas e marcas que garanten a orixe sostible dos nosos produtos. Destacan especialmente as nosas marcas Belle Natural e EROSKI Natur, que esixen a todos os seus produtos certificacións externas que garanten que foron producidos de forma máis natural e respectuosa co medio ambiente. Así, os produtos destas marcas contan coa certificación COSMOS Natural de ECOCERT no caso dos cosméticos, e coas de Global G.A.P., MSC ou produción integrada, entre outras, en frescos.

Produtos ecolóxicos

Esforzámonos en ofrecer alimentos procedentes da agricultura e a gandería ecolóxica, xa que supón un modelo produtivo que garante as mellores prácticas ambientais. Este modelo evita o uso de sustancias químicas de orixe sintética e aditivos artificiais, ademais de fomentar a preservación da biodiversidade e os recursos naturais e o respecto polo benestar animal. En 2019, a nosa oferta incluíu **2.140 produtos ecolóxicos** acreditados con diferentes etiquetaxes de certificación, entre as que destaca o

logo europeo. Ademais, en 2019, traballamos para lanzar a nosa marca propia de produtos ecolóxicos, coas primeiras referencias dispoñibles nas nosas tendas desde principios de 2020.

Comprometidos co benestar animal

O volume de ovos de galiñas criadas no chan que comercializamos nas nosas tendas xa ascende ao 45% das nosas vendas. En EROSKI comprometémonos a que, para 2024, esta porcentaxe alcance o 100% dos ovos comercializados en toda a rede de tendas.

Incorporamos unha nova certificación en Benestar Animal Welfair™ á nosa carne de porco, polo e cordeiro de Aragón EROSKI Natur, con estritos estándares en principios de Animal Welfare como a alimentación, o aloxamento, a saúde e o comportamento natural. Ademais, o noso polo EROSKI Natur cumpre con todos os requisitos do European Chicken Commitment, que inclúe requisitos canto a especies, características do aloxamento e sacrificio.

Dispomos da certificación Global G.A.P. de acuicultura ao peixe de crianza EROSKI Natur, que contén uns requisitos específicos e esixentes respecto ao benestar animal dos peixes, tanto durante a súa cría como durante o seu transporte e sacrificio.

En 2006 comercializamos o primeiro produto con certificación de sustentabilidade FSC.





Pesca sostenible en EROSKI

Co obxectivo de seguir traballando pola conservación da biodiversidade nos mares e océanos a través dun aproveitamento racional dos recursos mariños, en 2016 acordamos a política de pesca sostenible de EROSKI. En resposta aos compromisos adquiridos nesta materia, en 2019 seguimos traballando por unha pesca sostenible da man de organizacións internacionais de referencia. Un ano máis, superamos satisfactoriamente a auditoría de certificación de cadea de custodia de Marine Stewardship Council (MSC) para peixe procedente de caladoiros sostibles, co que seguimos sendo o único gran distribuidor comerciante retalista de España con mostradores de peixaría certificados. Tamén mantivemos a nosa certificación Global G.A.P. de acuicultura para o peixe de crianza. Ao longo de 2019, traballamos para ampliar o alcance da certificación ás tendas CAPRABO, co que en 2020 incrementaremos significativamente os 342 mostradores de peixaría e as oito plataformas certificadas actuais.

En 2019 alcanzamos as 3.144 toneladas en compras de peixe con certificación de sustentabilidade. Do total, máis de 1.880 toneladas corresponden a peixe certificado por Marine Stewardship Council (MSC), que garante a súa orixe en caladoiros sostibles; e 820 toneladas, a peixe de acuicultura con selo GGN (GLO-

BAL G.A.P. Number). Ademais, destacan as 392 toneladas de bonito pescado á cana e outras 51 de peixe con certificado AENOR atún de pesca responsable (APR) nas súas compras de conservas.

Na nosa aposta polas artes de pesca máis sostibles, mantemos tamén un acordo cos nosos fornecedores de atún en conserva, polo que se comprometen a abastecerse segundo os principios de sustentabilidade da Fundación Internacional para a Pesca Sostenible (ISSF). O avance no incremento do volume de atún capturado só coas artes de pesca máis responsables (pesca a cana, APR, sen obxecto FAD, MSC e FIP) sitúa xa nun 30% do total as súas compras de atún en conserva procedente de pesca sostenible e responsable. En EROSKI traballamos só con fornecedores que asinaron a nosa política de pesca sostenible, que non acepta atún procedente de países que foron apercibidos con cartón amarelo pola UE por incumprir as medidas aprobadas polas ORP e non establecer medidas para acabar coa pesca ilegal.

A nosa política de pesca sostenible artículase en once principios que engloban tanto aquelas boas prácticas que xa realizamos como os retos que nos marcamos para o futuro.

Principios e compromisos da política de pesca sostenible de EROSKI

Artes de pesca e peixe sostibles na nosa oferta comercial

- 1 Incorporación da sustentabilidade dos recursos pesqueiros na construción da oferta comercial.
- 2 Comercialización de produtos procedentes só de pesqueiras e caladoiros autorizados.
- 3 Respecto das tamaños mínimos e proactividade para establecer tamaños mínimos superiores aos establecidos.
- 4 Fomento da utilización de artes de pesca sostibles entre as empresas fornecedoras.
- 5 Fomento dos produtos sostibles e certificados como MSC (Marine Stewardship Council) para pesca extractiva.

Sustentabilidade na cadea de valor

- 6 Potenciación das confrarías e dos fornecedores locais máis próximos ás tendas.
- 7 Redución do impacto ambiental da actividade de distribución da pesca.
- 8 Selección de empresas fornecedoras que cumbran e respecten os dereitos fundamentais dos traballadores segundo o Convenio 188 da OIT sobre o traballo en pesca.

Transparencia e goberno

- 9 Etiquetaxe e comunicación transparente cos consumidores.
- 10 Escoita e colaboración con todo o sector pesqueiro e resto de grupos de interese.
- 11 Información e formación dos consumidores no ámbito da pesca sostenible.
- 12 Sistema de goberno, con medidas eficientes de control e auditoría que afiancen en EROSKI a práctica desta política de pesca sostenible.



Ecodeseño de envases e embalaxes

En EROSKI somos sensibles á crecente preocupación existente na sociedade pola contaminación a través dos plásticos que sofre o noso planeta e, de feito, levamos anos realizando accións que tentan minimizala. Desde a creación da marca propia, viñemos traballando para mellorar os envases dos nosos produtos, e en 2013 adherímonos ao Basque Ecodesign Center, onde empresas privadas e lhobe – Sociedade Pública Vasca de Xestión Ambiental colaboramos para a conceptualización e a execución de proxectos innovadores de ecodeseño, tamén xunto coa Universidade do País Vasco (UPV-EHU) e os centros de coñecemento líderes a nivel internacional.

En 2018, fixamos o noso obxectivo de ecodeseñar o 100% dos nosos envases para 2025, co fin de que sexan 100% reciclables, eliminar o sobreenvasado e potenciar o uso de materiais reciclados e de orixe renovable. Para lograr este propósito, puxemos en marcha diversas medidas, entre as que cabe destacar as accións para potenciar a reutilización entre os nosos clientes. Así, permitimos ao cliente o uso dos seus propios envases reutilizables, como as friameiras ou tupperwares, nas seccións de carnicería e peixaría. Ademais, en 2019 incorporamos unha nova bolsa de malla reutilizable como alternativa á bolsa de plástico dun só uso para a compra de froita e verdura a granel.

Todo isto vai acompañado dunha aposta pola venda de produtos frescos a granel. Así, 2019 eliminamos o envase nas referencias de EROSKI Natur de mandarinas, limóns, pexego vermello, pexego amarelo, nectarina, paraguao, pemento Eusko label e guindilla Euskal Baserri. Isto permítenos dispor xa de aproximadamente o 60% da nosa froita e verdura a granel. Noutras seccións, a porcentaxe de produtos a granel é aínda maior, como en peixaría, onde supera o 85%.

Ademais, apostamos por substituír o plástico por outros materiais con menor impacto ambiental. Por exemplo, cambiamos as bandexas de plástico en case 20 referencias de froita e verdura por cartón con certificado FSC®, que garante que provén de fontes responsables. Todas estas melloras na sección de froita e verdura supuxeron unha redución de máis de 60 toneladas de plástico convencional por ano.

Ademais, traballamos para eliminar elementos do envase que poidan non ser imprescindibles desde a usabilidade ou a seguridade alimentaria, e potenciamos o uso de material reciclado en liña co noso compromiso por un modelo de economía circular. Así, usamos bandexas de carne e peixe con máis dun 80% de plástico reciclado, o que nos permite evitar 45 toneladas de plástico dun só uso ao ano; substituímos as bandexas de bolaría de envasado en tenda de poliestireno por PET 100% reciclado, que estimamos que permitirá evitar o consumo de máis de 250 toneladas de plástico virxe ao ano; e substituímos a bolsa de 15 usos

En 1997 comezamos a ofrecer as primeiras bolsas reutilizables, e en 2010 comezamos a cobrar as bolsas, reducindo no primeiro ano un 62% o seu consumo.



de plástico de orixe fósil por unha bolsa de caixa con máis dun 55% de plástico reciclado, entre outras accións.

En relación coas bolsas de caixa, a comezos de 2019 implantamos unha gama ampla de solucións sostíbles para substituír a bolsa de compra de plástico convencional. Así, ademais da que contén máis dun 55% de material reciclado, introducimos unha nova bolsa de papel co selo FSC® e que é 100% reciclable, e outra bolsa compostable, fabricada con materiais de orixe vexetal renovable e que se pode reutilizar como bolsa de lixo para a fracción orgánica. Xunto a esas novas solucións sostíbles, EROSKI continúa a manter a alternativa de uso da súa bolsa reutilizable, que está fabricada cun 70% de material reciclado, e a súa bolsa solidaria reutilizable de tecido, que se prega de



maneira sinxela para levar no peto, no bolso ou na guan-teira do coche e que combina respecto con ambiente e solidariedade, xa que a totalidade dos beneficios da súa venda dedícanse a causas solidarias.

Nesta liña, en CAPRABO participamos no #proyectoCERES, unha iniciativa pioneira da Ellen MacArthur Foundation para substituír as bolsas de plástico dun só uso, de caixa e de sección nos comercios, por bolsas compostables. En xaneiro de 2020 iniciamos este cambio de eliminar completamente as bolsas de plástico convencional dun só uso nas tendas de toda a rede de Navarra. Progresivamente, ao longo de 2020, producírase a eliminación deste tipo de bolsas no resto da rede. Tamén participamos no proxecto de innovación ReWINE do programa europeo LIFE para facilitar a reutilización de botellas de viño.

Todas estas accións son o inicio do noso roteiro para chegar en 2025 a unha redución de polo menos o 20% das toneladas de plástico dun só uso dos envases e dun 21% as toneladas de plástico convencional dos nosos produtos frescos envasados en tenda en 2021.

“Froitas e hortalizas feas” contra o malgasto alimentario

Segundo a Organización das Nacións Unidas para a Alimentación e a Agricultura (FAO), un terzo dos alimentos producidos pérdese ou é desperdiciado en todo o mundo. En EROSKI, como parte do noso compromiso coa sustentabilidade do sector agrícola e contra o desperdicio alimentario, apostamos pola comercialización de variedades de

froitas e hortalizas chamadas “feas”, polo seu aspecto ou tamaño. En 2019 comercializáronse en toda a rede 566 toneladas de froitas e hortalizas “feas”.

Pioneiros en publicar declaracións ambientais de alimentos marca propia

EROSKI converteuse na primeira cadea de distribución de gran consumo en publicar declaracións ambientais de produtos de marca propia, verificadas polo programa AENOR GlobalEPD, conforme a Regras de Categoría de Produto (RCP) emitidas polo Programa International EPD System. As declaracións ambientais foron desenvolvidas en colaboración cos produtores de ovos do campo do País Vasco, Euskaber, e de leite do País Vasco, SAT Val de Karrantza, e o envasador Lácteos de Santander, xunto co Basque Ecodesign Center. O leite EROSKI País Vasco conta co selo de produto lácteo sostíble do Ministerio de Agricultura, Pesca e Alimentación, e os ovos frescos EROSKI Natur proceden de galiñas do campo criadas en granxas onde se poden mover libremente e con acceso ao aire libre. Este proxecto axuda aos produtores a coñecer con detalle os impactos ambientais dos seus produtos e poder identificar melloras para a súa minimización, e achega aos consumidores información transparente, comparable e verificada do perfil ambiental destes alimentos. A publicación destas declaracións ambientais de produto enmárcase no compromiso de EROSKI pola transparencia e a formación ao consumidor para que leve a cabo un consumo máis sostíble.

En EROSKI, imos continuar co cálculo destes perfís ambientais dos nosos produtos e, para iso, colaboramos con axentes especializados na materia e fornecedores que nos axudan a avanzar na comunicación ambiental cara aos nosos clientes. Así, finalizamos en marzo de 2019 o proxecto ELIKA-PEF, e comezamos a súa continuación, o proxecto EUSKO-PEF, con participación de AZTI e pemes locais do País Vasco, no que se desenvolveu un sistema avanzado para o cálculo, a información e a verificación da pegada ambiental de produtos alimentarios no País Vasco. Estes proxectos están financiados polo Fondo Europeo de Desenvolvemento Rexional (FEDER) e lhobe como parte das súas axudas para a realización de proxectos de ecoinnovación de 2017 e 2018, respectivamente, e permitirán ao sector vasco da alimentación, especialmente ás pequenas e medianas empresas, avanzar cara a un modelo de produción máis sostíble e unha comunicación ambiental máis transparente.

Colaboración na limpeza da costa de Urdaibai

Os traballadores da sección de peixaría de EROSKI doaron o importe do seu Premio KREA polo seu proxecto de pesca sostíble ao club de actividades acuáticas Izaro Sub de Bermeo, para colaborar coa xornada de limpeza da costa de Urdaibai que se celebrou o 8 de xuño, con motivo do Día Mundial dos Océanos, e co obxecto de sensibilizar sobre a cantidade de lixo e plásticos que acaban no mar, contaminando os ecosistemas mariños.

Loxística

EROSKI obtivo o premio ao proxecto LEAN & GREEN por parte da Asociación de Fabricantes e Distribuidores (AECOC) grazas ao seu plan de acción para reducir as súas emisións de CO₂ en, polo menos, o 20% en 5 anos. LEAN & GREEN é a maior plataforma europea de colaboración especialmente dirixida a reducir as emisións asociadas á cadea de subministración.

No últimos catro anos, EROSKI conseguiu reducir un 14,8% as emisións por transporte, o que supón evitar máis de 15.000 toneladas de emisións equivalentes de CO₂ grazas a despregar distintas accións dentro do seu novo modelo de transporte centrado nos eixes da eficiencia e a sustentabilidade:



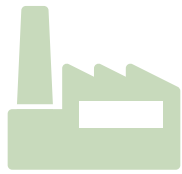
1
Aprovisionamento máis eficiente

- Reorganización das plataformas por reestruturación comercial e para optimizar a xestión dos roteiros.
- Optimización dos procesos de carga de frescos.
- Modificación dos criterios de carga para a actividade ex work.
- Incremento do enchido dos camións.
- Optimización de roteiros e illamento de pedidos.



2
Vehículos e condución menos contaminantes

- Renovación dos vehículos da frota, eliminando progresivamente os camións ata EURO 3.
- Incorporación do citytrailer e de camións 25 x 25 m, que permiten maximizar o enchido e reducir o impacto por tonelada transportada.
- Incorporación de vehículos con combustibles alternativos como gas natural licuado e comprimido.
- Formación en técnicas de condución ecolóxicas dos condutores da rede de transporte por estrada.



3
Plataformas máis sostibles

- Compra de enerxía verde.
- Uso de iluminación LED, detectores de presenza, robots de temperatura e aproveitamento da luz natural para mellorar a eficiencia enerxética das plataformas.
- Instalación de paneis solares para un aprovisionamento de electricidade cun menor impacto ambiental.
- Redución da cantidade de materiais de embalaxe utilizados.



4
Loxística inversa

- Xestión e valorización dos residuos xerados nas tendas, usando para iso os mesmos camións que regresan á plataforma, reducindo así o seu impacto no transporte. Esta medida enmárcase ademais dentro do noso obxectivo de desperdicio cero, xa que permite a recollida e o tratamento de todos os subprodutos orgánicos e inorgánicos para a súa correcta reciclaxe.



5
Optimización da loxística urbana

- Optimización dos procesos de descarga nocturna, así como a utilización de carrís multiuso ou a reserva dinámica de prazas de descarga para minimizar o impacto no medio urbano.
- En relación coa contaminación por ruído, o modelo de distribución nocturna inclúe a subministración do produto centralizado ás tendas pola noite. Os niveis de emisión sonora durante o período nocturno son máis restritivos que durante o horario diúrno. Para garantir estes niveis durante as operacións de carga e descarga, o modelo de distribución prevé unha serie de medidas adoptadas en distintas áreas. Por unha banda, en relación co local, prevese a súa adecuación para a operativa exposta;

sistemas de peche, alarmas sectorizadas, illamento acústico, etc. Igualmente, tense en conta o equipamento necesario como carretillas, portapalés silenciosos ou ramplas. Doutra banda, fórmase e infórmase ao persoal implicado na operativa dos protocolos de traballo silenciosos que se deseñaron, diferenciando os protocolos para cada posto de traballo; persoal diúrno de tenda, persoal auxiliar nocturno e repartidores. Por último, con obxecto de corrixir desviacións, incorpóranse procesos de auditoría internos para detectalas e comprobar o cumprimento dos protocolos de traballo establecidos nos puntos de venda operativos. Moitas destas medidas trabállanse en colaboración cos concellos para garantir a súa idoneidade.

Tendas ecoeficientes

A renovación e a ampliación da rede comercial de EROSKI para a súa adaptación ao noso modelo "contigo" inclúe tamén a adopción de melloras na súa construción e xestión, de conformidade con criterios ambientais.

A ecoinnovación caracterizou as tendas EROSKI desde os seus inicios. Proba diso foi a implementación hai máis de 20 anos do primeiro sistema de xestión ambiental nacional certificado coa ISO 14001 no noso hipermercado de Artea en Leioa (Bizkaia). A nosa aspiración é dispor de supermercados autoabastecibles de enerxía renovable que alcancen un balance de CO₂ neutro. Para iso, desenvolvemos proxectos de I+D+i nas nosas tendas, dos

que constitúe un exemplo significativo a tenda cero emisións de Oñati (Gipuzkoa), que renovou en 2019 a súa certificación enerxética ISO 50001. As boas prácticas aprendidas nestas tendas están a ser implementadas nos demais establecementos da nosa rede comercial.

O noso renovado modelo mellora a eficiencia enerxética a través de novos sistemas e equipamentos eficientes de frío, climatización e iluminación. A eficiencia enerxética únese á xestión de residuos cero, que converte a tenda "EROSKI contigo" nun establecemento punteiro en política de sustentabilidade e medio ambiente. Estendemos este novo modelo enerxético a todas as aperturas e reformas de supermercados e hipermercados.

Construción e equipamento sostible

Apostamos por deseños e equipos que consuman menos enerxía e cun menor impacto ambiental que nos permitiron reducir un 16% o consumo de gas natural e un 9% o de electricidade en todo EROSKI. Algúns exemplos de medidas implantadas son:

Optimización da iluminación e luminarias LED

Todas as luminarias son LED de última xeración, que poden ser recicladas e non conteñen materiais contaminantes como mercurio, chumbo ou tungsteno. Tamén se controlan os acendementos desde un autómatas que optimiza o

seu uso e minimiza a contaminación luminosa pola noite. Ademais, de cara a optimizar os acendementos e apagados dos equipos de iluminación exterior e perimetral, están a instalarse fotocélulas ou detectores crepusculares que regulan o aceso destes equipos ás necesidades reais, evitando desta maneira accesos innecesarios.

Así mesmo, durante o día aprovéitase a iluminancia achegada pola luz exterior naqueles centros dotados con luminarios mediante sondas que capturan o nivel luminoso desta achega e, a través dun lazo de regulación proporcional, regulan a intensidade das luminarias da sala de vendas. Estas luminarias están baseadas en tecnoloxía LED e están dotadas de sistemas de regulación que permiten esta optimización luminosa.

Instalacións de frío máis eficientes e con gases menos contaminantes

As medidas ambientais aplicadas nas novas instalacións frigoríficas concréntanse principalmente na instalación dunha central frigorífica negativa de CO₂ e dunha positiva de R134, que constitúen un aforro importante de enerxía e traballan con gases respectuosos co cambio climático. Esta instalación incorpora tamén un sistema de condensación flotante que reduce o consumo eléctrico.

En xeral, utilizamos gases refrixerantes que combinan un potencial nulo de esgotamento da capa de ozono, un baixo potencial de quecemento atmosférico e unha alta eficiencia enerxética. Ademais, instalouse tamén o sistema DNI detector de fugas en máis de 27 centros, para minimizar así ao máximo as emisións destes gases.

O mobiliario frigorífico componse de mobles de última xeración, provistos de portas acristaladas que evitan que os corredores da tenda fiquen fríos e garanten unha mellor conservación dos produtos, mantendo de forma estrita a temperatura á que se deben conservar, ademais de mellorar o confort da clientela.

Climatización

Para unha óptima climatización, o modelo enerxético incorpora a instalación do sistema roof top con illamento acústico específico para vivendas, e un sistema de recuperación de calor para a sala de vendas, que se suman ás pantallas acústicas da central de frío. O clima está integrado no sistema de xestión, que controla a temperatura, a humidade e a calidade do aire, cun sistema remoto de vixilancia perante eventos que incrementen o consumo eléctrico. A instalación conta con analizadores de redes para o control do consumo integradas nun software de análise propia, desenvolvido polo equipo de Enerxía de EROSKI, que xera alarmas de funcionamento cando os consumos eléctricos se desvían do previsto.



Economía circular

Afrontamos a xestión e a valorización dos residuos desde a prevención e a integración dun modelo de economía circular. Como un dos nosos eixes básicos de actuación para a redución do noso impacto ambiental, centramos gran parte dos nosos esforzos en previr, xestionar e valorizar os residuos que xeramos.

Minimización dos residuos

Traballamos para minimizar os residuos derivados da nosa actividade mediante a aplicación do ecodeseño aos produtos de marca propia, a promoción de artigos frescos próximos á súa data de caducidade e a doazón de alimentos aptos para o consumo que se descartaron para a venda a persoas en risco de exclusión social a través do programa "Desperdicio Cero".

Fomentamos tamén entre a nosa clientela a reutilización de bolsas de compra, uso de mallas reutilizables en froita-ría ou de tupperwares en carnicería e peixaría para reducir o consumo de plásticos dun só uso nas tendas.

Ademais, incorporamos o ticket dixital para que os nosos clientes poidan dispor da información da súa compra directamente na APP, evitando así o consumo de papel. **En 2019, reduciuse un 14% o papel dos tickets e aforráronse 45 toneladas de papel.**

Xestión e valorización dos residuos

En EROSKI responsabilizámonos de que os residuos xerados nas nosas instalacións e tendas sexan xestionados e valorizados correctamente, fomentando a reciclaxe e a reutilización como tratamentos prioritarios. Desde unha perspectiva de economía circular, potenciamos procesos de loxística inversa, desde as tendas ata as plataformas e empresas fornecedoras, que permiten unha correcta reutilización e reciclaxe dos residuos orgánicos e inorgánicos xerados. Isto implica non só minimizar a cantidade de refugalllos, senón tamén evitar o consumo de materias primas virxes noutros procesos produtivos.

Residuos orgánicos

Mediante loxística inversa ou xestores autorizados, recolle-mos os residuos orgánicos xerados nas nosas tendas para a súa utilización como materia prima na fabricación de fariñas e aceites animais e de pensos para alimentación animal.

Residuos inorgánicos

- Como produtores de marca propia, declaramos anualmente os envases, os aparellos eléctricos, as pilas, os aceites e as luminarias dos nosos produtos aos sistemas colectivos de responsabilidade ampliada de produtor, como ECOEMBES ou ECOVIDRIO. Estas entidades garanten a correcta recuperación e xestión dos residuos derivados do uso dos nosos produtos. Grazas á reciclaxe dos envases que declaramos a ECOEMBES, evitouse a emisión de máis de 1.546 toneladas de CO₂ equivalente nun ano de reciclaxe de materiais a partir de accións concretas e da difusión de campañas informativas.

- Reciclamos o cartón, o plástico, o papel e a madeira xerados nas nosas instalacións. Para iso, recolle-mos os distintos materiais refugados nas nosas tendas e colaboramos con diferentes sistemas integrados de xestión (SIG) autorizados para o seu tratamento.

- Reutilizamos os envases loxísticos nas nosas operacións de distribución.

- Facilitamos aos consumidores e consumidoras a reciclaxe dos seus residuos. Para iso, poñemos á súa disposición puntos limpos nas nosas tendas para a recollida de pilas, aparellos eléctricos, lámpadas, roupa, aceite doméstico e tóners, entre outros produtos usados.

Reciclaxe de cápsulas de café

Continuamos avanzando no noso compromiso de facilitar que o consumidor poida adoptar patróns de consumo máis sostibles. Para iso, estendemos a toda a nosa rede de tendas EROSKI a recollida de cápsulas de café para a súa reciclaxe. Trátase dunha iniciativa pioneira na gran distribución en España. En 2019 recolle-mos máis de 6 toneladas de cápsulas de café.

Innovación para a xestión circular dos residuos alimentarios

Durante 2019, continuamos co proxecto LIFE CITRUSPACK, que comezou en xullo de 2017 e acabará en xuño de 2020, e que busca estratexias de revalorización dentro da economía circular para o uso de residuos cítricos en envases e cosméticos verdes. Tamén continuamos, xunto con Ausolan, Gai-ker, BCC e ISEA, no proxecto "NUTRACEUTICAL OMNIUM", financiado dentro do programa HAZITEK 2019, cuxo obxectivo é a produción de neutraceuticos a partir de residuos alimentarios e que está previsto que finalice en 2020.

Consumidores e consumidoras

En EROSKI somos conscientes de que cada persoa, ao elixir un modelo de consumo sostible e responsable, pode contribuír á protección ambiental. Diriximos o noso esforzo cara á formación e a concienciación dos consumidores e consumidoras, mediante o desenvolvemento de campañas de sensibilización e a publicación de contidos pedagóxicos nas nosas plataformas web e outros soportes informativos. En liña con este obxectivo, tamén fomentamos e desenvolvemos iniciativas colaboradoras coa clientela, traballadores e institucións.

"A Hora do Planeta"

En EROSKI sumámonos por oitavo ano consecutivo á campaña "A Hora do Planeta", promovida por WWF co apoio de Nacións Unidas, uníndonos ao apagamento simbólico da maior iniciativa global en defensa do medio ambiente e que este ano tivo por lema "Conéctate e apaga a luz".

Programa ambiental "Camiño a Camiño"

VEGALSA-EROSKI participou un ano máis en "Camiño a Camiño", programa de roteiros ambientais do Concello de Vigo que busca achegar á cidadanía a flora e a fauna desta comarca, e fomentar hábitos de vida saudables e sostibles.

Semana Europea de Prevención de Residuos 2019 en CAPRABO

Desde CAPRABO sumámonos á iniciativa da Semana Europea de Prevención de Residuos 2019 a través de distintas accións de concienciación e sensibilización para promover a reutilización e a reciclaxe de roupa e zapatos, co obxectivo de minimizar os residuos que se xeran nos vertedoiros.

Guía de consumo responsable de CONSUMER EROSKI

En 2019, como parte do proxecto de innovación EUSKOPEF, traballamos na elaboración dunha guía de consumo sostible para os consumidores e consumidoras, que xa está dispoñible na web comprasostenible.consumer.es. Ademais, contamos cunha canle especializada no medio ambiente en www.consumer.es para formar ás persoas en hábitos de consumo sostibles. Para iso, facilitamos contidos sobre natureza, ambiente urbano, parques naturais, enerxía e ciencia, entre outros.

"Unha árbore, unha historia"

En VEGALSA-EROSKI continuamos a promover o valor da sustentabilidade ambiental entre os escolares galegos a través do noso proxecto "Unha árbore, unha historia", que, ademais de contar cun concurso literario de relato curto, incluíu en 2019 a replantación de 70 especies arbóreas de carballos e castiñeiros nas proximidades de Sigüeiro.

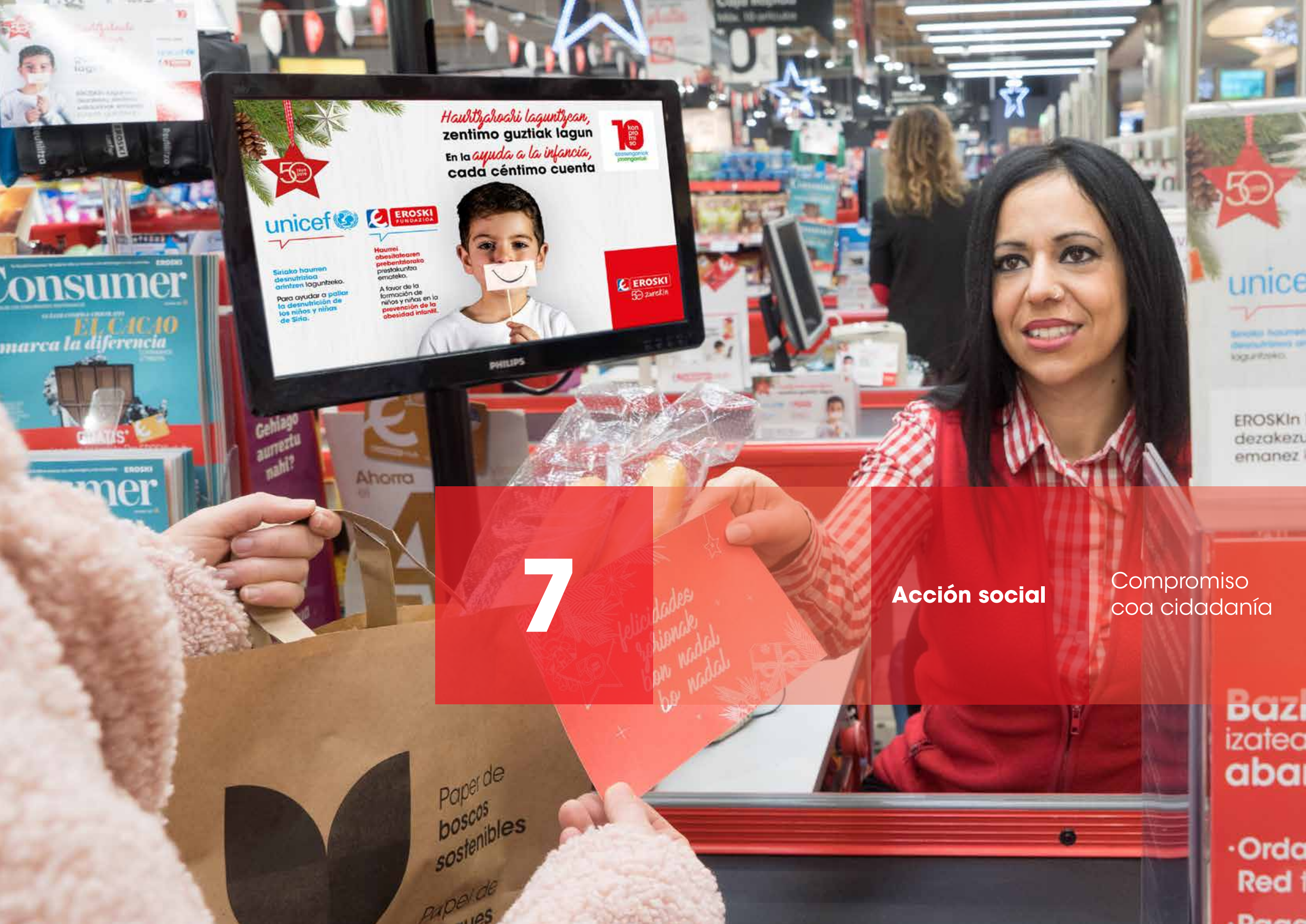


Escola de Alimentación EROSKI

Dispomos dun módulo específico sobre sustentabilidade no Programa Educativo sobre Alimentación e Hábitos Saudables da Escola de Alimentación EROSKI, no que WWF tamén participa achegando contidos. Grazas a este módulo educativo, formamos en sustentabilidade, produción sostible de alimentos e dieta sostible a 442.677 escolares no curso 2018-2019. Ademais, a nosa web www.escueladealimentacion.es inclúe contidos formativos sobre como evitar o malgasto alimentario.

Programa Reactívat+

Participamos na iniciativa "Reactívat+" da Deputación Foral de Bizkaia, baseada no programa internacional Global Action Plan (GAP), que busca fomentar a participación cidadá en favor da sustentabilidade ambiental mediante o desenvolvemento de hábitos de consumo adecuados. Os nosos clientes e traballadores poden inscribirse na web www.reactivatemas.eus usando o código EROSKI: 64007.



7

Acción social

Compromiso
coa cidadanía

A nosa contribución á comunidade 203-2; 413-1



En EROSKI, desde a nosa orixe, desenvolvemos unha acción social diversa para contribuír de maneira efectiva a facer posible unha sociedade máis xusta e solidaria. Para iso, implicamos aos traballadores e traballadoras, promovendo á súa vez a participación da clientela na proposta e o desenvolvemento de campañas e iniciativas sociais de ámbito local e nacional. Así é como orientamos a acción social cara ás diferentes necesidades e sensibilidades dos nosos grupos de interese.

Consideramos a solidariedade como un principio fundamental no que levar a cabo a nosa actividade e, por iso, dedicamos anualmente o 10% dos beneficios de EROSKI á Fundación EROSKI para o desenvolvemento de actividades sociais. Desta forma, apoiamos accións ben por iniciativa propia ou mediante o establecemento de con-

venios de colaboración con terceiros para o desenvolvemento social e cultural da nosa contorna. Ademais, desde EROSKI realizamos contribucións económicas a fins sociais que en 2019 sumaron máis de 9 millóns de euros.

Para as persoas que formamos EROSKI, supón un orgullo ter desenvolvido en 2019 numerosos acordos e convenios de colaboración con asociacións, ONG e entidades sociais, así como máis de 15 campañas nas que impulsamos o protagonismo e a implicación das persoas consumidoras.

As achegas económicas en 2019 ascenderon en total a 10.250.560 €, distribuídos nos seguintes campos da acción social:

Solidariedade alimentaria 8.286.024 €	Emerxencia humanitaria e cooperación 72.810 €	Apoio ás familias numerosas e outros 1.397.984 €
Campañas solidarias locais 105.362 €	Capacidades diferentes ou enfermidade 71.171 €	Cultura, lecer e contorna local 317.208 €

Iniciativas solidarias 413-1

Emerxencia humanitaria e cooperación

En EROSKI, creemos que a solidariedade debe cruzar fronteiras e, por iso, as nosas campañas tamén poñen o foco en responder a necesidades urxentes dos que están máis lonxe.

Campaña solidaria de Nadal en favor da infancia

En 2019 levamos a cabo unha campaña solidaria en Nadal a favor da infancia, xa que esta foi a causa elixida por votación polos consumidores e consumidoras. Os clientes que fixeron unha doazón en caixa recibiron como obsequio unha postal de Nadal. Os 59.000 euros de recadación destináronse a nutrición dos nenos e nenas en Siria a través de UNICEF e á prevención da obesidade infantil a través de Fundación EROSKI.

Programa entrega de produto

Un ano máis, continuamos a doar artigos de consumo non alimentario (xoguetes, calzado, roupa, material escolar e produtos ópticos, entre outros) a nenos en Latinoamérica a través da Federación Niños del Mundo, organización que traballa para o desenvolvemento humano sostible e a cooperación internacional. En 2019, as doazóns chegaron a un valor de 99.900 euros.

Campaña da bolsa solidaria en favor de ACNUR

En outubro de 2019, levamos a cabo unha campaña coa bolsa solidaria para apoiar as accións de ACNUR para atender aos refuxiados e desprazados sirios durante o inverno. Grazas aos nosos clientes, recadáronse 3.000 euros, que foron destinados a este fin. Durante o exercicio, colaboramos tamén con outras entidades como Médicos Sen Fronteiras, Cáritas e AECC, grazas á venda da bolsa solidaria.

Campañas solidarias locais

Os nosos programas de solidariedade alimentaria que axudan ás persoas en risco de exclusión social da nosa contorna máis próxima complementáanse tamén con campañas solidarias locais. Estas accións buscan dar resposta a situacións de emerxencia

en localidades onde estamos presente, prestar apoio a outros colectivos vulnerables e promover a inclusión grazas a hábitos de consumo que favorezan a preservación dos recursos naturais.

Campaña de emerxencia polas inundacións de Tafalla

A campaña solidaria que organizamos en Navarra após as terribles inundacións que afectaron o municipio de Tafalla e as súas inmediacións permitiu recadar 21.000 euros, grazas á solidariedade de EROSKI e os seus clientes. O diñeiro foi canalizado coas autoridades navarras para que sexa destinado integramente ás familias afectadas polas inundacións.

Campaña con Proxecto Home en Baleares

En 2019, desenvolvemos a campaña "Contigo, a vida colle cor" en Baleares, na que se ofrecía aos clientes dos supermercados un obxecto orixinal a cambio dun euro para colaborar coa fundación Proxecto Home. Recadáronse 40.000 euros, que se destinarán aos programas de axuda ás persoas drogodependentes da illa que ten esta entidade.

Xestión de residuos téxtiles solidaria e sostible

Como cada ano, a roupa e o calzado que os clientes levaron ás nosas tendas para a súa reutilización ou reciclaxe foron xestionados por entidades como Kooperera, Humana, Fundación Pueblo para Pueblo ou INS3RTEGA, entre outras, e os beneficios foron destinados a proxectos sociais. Por exemplo, en Barcelona usáronse os fondos na iniciativa "Hort ao terrat", na que participan 120 persoas con discapacidade.

Solidariedade alimentaria

En liña co noso obxectivo de sensibilizar os consumidores e consumidoras sobre a urxencia de paliar os problemas na cobertura de necesidades básicas na nosa contorna, organizamos campañas que permitiron a implicación da nosa clientela en accións de solidariedade alimentaria.

Campañas solidarias con implicación das persoas consumidoras

En 2019 cumprimos 23 anos de colaboración coa Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL), á que doamos os alimentos recollidos en dúas grandes campañas solidarias organizadas anualmente nas nosas tendas: a "Operación quilo", en xuño, e a "Gran recollida de alimentos", en novembro. Estes alimentos destínanse a aquelas persoas de cada comunidade afectadas por dificultades económicas e en risco de exclusión social. Este ano demos continuidade ás dúas modalidades existentes: a entrega física tradicional de produtos e a recollida vía vales, o que favorece que os bancos de alimentos poidan recibir os produtos que eles consideren máis necesarios en cada momento. Tamén se volveu realizar a campaña "Zampakilos solidario" en VEGALSA-EROSKI.

Doáronse **1.457 toneladas** de produtos en 2019 grazas a estas accións.

Ademais, CAPRABO e Cruz Vermella colaboraron, por sexto ano consecutivo, na campaña de axuda á alimentación infantil "Ningún neno sen comida!", unha iniciativa solidaria que recolle fondos para pagar bolsas de alimentación a nenos en risco de exclusión social. En 2019 conseguíronse 76 bolsas de alimentación.

En 1996, realizamos a primeira "Operación quilo" en favor do Banco de Alimentos.



Cartón solidario

En EROSKI poñemos á disposición das entidades sociais e administracións públicas o noso cartón solidario, unha ferramenta para facilitarles a súa finalidade de atender as necesidades básicas de alimentación e hixiene de persoas en risco de exclusión social. É un cartón persoal que se entrega a cada individuo, cun importe cargado de inicio, e a posibilidade de realizar de forma automática recargas de saldo periódicas personalizadas, segundo as indicacións da entidade. A súa aparencia, similar aos cartóns regalo ou de fidelización de EROSKI, permite normalizar o acceso ás necesidades básicas dunha forma integradora e non meramente asistencial.

En 2019, co cartón solidario, fixemos posible que máis de 20 entidades sociais canalizasen axudas a máis de 1.000 beneficiarios en diferentes provincias.

Programa "Desperdicio cero"

En EROSKI seguimos na nosa loita contra o desperdicio alimentario articulando un protocolo de actuación que garante a seguridade alimentaria nas doazóns de todos os produtos frescos e de alimentación que, estando en perfectas condicións de consumo, retiramos dos nosos lineais para cumprir co noso compromiso cos clientes de frescura máxima e aspecto do envase. Asegurámonos de que os produtos doados manteñan a súa cadea de frío tamén na entidade receptora da doazón, proporcionando as mesmas garantías no seu transporte e instalacións ata que o alimento é consumido.

O criterio de asignación e a entrega final destes produtos ao destinatario realízase a través de máis dun centenar de entidades sociais de todo o territorio nacional, coas que asinamos convenios de colaboración.

O programa pretende tamén promover o consumo responsable, polo que desenvolvemos, en paralelo ás doazóns de alimentos, diversas campañas de concienciación ao consumidor para informar e formar. Para iso, EROSKI pon á súa disposición, a través de CONSUMER EROSKI, coñecementos, recursos e ferramentas prácticas para racionalizar a súa compra, aproveitala ao máximo e minimizar o desperdicio alimenticio no fogar, cos conseguintes aforros que iso comporta á sociedade e á economía das familias.

Para desenvolver o programa "Desperdicio cero", EROSKI colabora con numerosas organizacións sociais, como Banco de Alimentos, Cáritas, etc. Durante este 2019, EROSKI doou máis de **6.748 toneladas de alimentos** destinados aos colectivos máis desfavorecidos. A cifra equiva-

le a **8.788 dietas persoais anuais doadas**. Ademais, en 2019 volvemos participar na Semana contra o Desperdicio de Alimentos de AECOC, na que compartimos boas prácticas cos consumidores e consumidoras.

EROSKI, S. Coop. foi recoñecida co **Premio Espiga de Ouro**, o máximo galardón que outorga a Federación Española de Bancos de Alimentos a aquelas organizacións que destacan pola súa colaboración na redistribución solidaria dos excedentes alimentarios.

+6.478 toneladas
de alimentos doadas
a través do programa
desperdicio cero



8.788 dietas
persoais anuais
doadas



Colaboración con persoas con capacidades diferentes ou con enfermidade

En EROSKI, conscientes dos retos diarios que deben afrontar as persoas con capacidades diferentes ou con necesidades especiais derivadas dunha enfermidade, mantemos unha colaboración estreita coas organizacións que as representan e traballan para mellorar o seu benestar e calidade de vida.



FORUM SPORT co deporte inclusivo

Grazas á participación de máis de 3.600 persoas na décimo cuarta edición da Kosta Trail, FORUM SPORT, Salomon e Laboral Kutxa doaron 11.000 euros á GaituzSport Fundazioa, que traballa co obxectivo de construír unha sociedade inclusiva e respectuosa coa diversidade e impulsar a práctica da actividade física e do deporte entre as persoas con e sen discapacidade, en igualdade de condicións, mellorando a súa calidade de vida.

CAPRABO loita contra o Alzheimer

CAPRABO colabora co proxecto PENSA, orientado a analizar se é posible frear o declive cognitivo en estadios previos á aparición da demencia, e que combina un programa de intervención nos hábitos de vida e a inxesta dun preparado alimenticio. Trátase dunha iniciativa conxunta do Instituto Hospital del Mar de Investigaciones Médicas (IMIM) e do Barcelonaβeta Brain Research Center (BBRC), centro de investigación da Fundación Pasqual Maragall, coa que CAPRABO colabora desde hai 6 anos.

Loita contra o cancro

EROSKI participou un ano máis en distintas Carreiras da Muller organizadas en España pola Asociación Española Contra o Cancro (AECC) e estivo presente en cidades como A Coruña, cunha caseta para sensibilizar sobre a enfermidade e recadar fondos para axudar á loita contra o cancro de mama. Ademais, como cada ano, colaboramos coa AECC para sensibilizar á poboación sobre o cancro de pel. A AECC estivo tamén presente na feira de produto local organizada en Bilbao con motivo do noso 50 aniversario. En 2019, tamén colaboramos coas asociacións locais de loita contra o cancro de mama e xinecolóxico na celebración do Día do Socio da cooperativa en Bilbao e San Sebastián.

VEGALSA-EROSKI organizou tamén unha campaña de recadación de fondos entre os nosos clientes que, xunto coa achega de VEGALSA-EROSKI, permitiu doar máis de 20.000 euros a CRIS Contra el Cáncer para desenvolver novas terapias contra o meduloblastoma.

Algunhas das asociacións coas que colaboramos:



ACAMBI – Asociación de Cáncer de Mama de Bilbao



ASONEVUS – Asociación Española de Nevus Gigante Congénito



ASVIDIA – Asociación de Diabéticos de Bizkaia



CRIS Contra el Cáncer



FEDE – Federación Española de Diabetes



Fundación Síndrome de West



ADEMGI – Asociación de Esclerosis Múltiple de Gipuzkoa



ASPANAFOHA – Asociación de Padres de Niños con Cáncer de Álava



BENE – Asociación de Afectados y Familiares por Enfermedades Neurológicas de Bizkaia



EM Euskadi – Fundación Vasca Esclerosis Múltiple Eugenia Epalza



FEKOOR – Federación Coordinadora de Personas con Discapacidad Física y Orgánica de Bizkaia



ONCE EUSKADI – Corporación sen ánimo de lucro que ten como misión a mellora da calidade de vida das persoas cegas e con discapacidade visual



AECC – Asociación Española Contra el Cáncer



ASPANOGL – Asociación de Padres de Niños Oncológicos de Gipuzkoa



COCEMFE – Confederación Española de Personas con Discapacidad Física y Orgánica



EUSKAL GORRAK – Federación Vasca de Asociación de Personas Sordas



FEDEREC – Federación Gallega de Enfermedades Raras y Crónicas



WOP – Walk On Project

Apoio ás familias numerosas e outros

EROSKI mantén convenios de colaboración para o apoio ás familias numerosas con entidades como Fanoc e Familia XL, entre outras. Ademais, conscientes das necesidades particulares deste tipo de familias, ofrecemos vantaxes especiais a través dos nosos cartóns de fidelización. Así, durante 2019, máis de **20.000 familias numerosas se beneficiaron dun aforro de máis de 1,3 millóns de euros**.

Esta iniciativa súmase ao programa xa existente de axuda ás familias, coñecido como "Benvido, Bebé". Grazas a este programa, no pasado exercicio entregamos 12.063 canastros, así como descontos e promocións en produtos pensados para o primeiro ano de vida do bebé. O programa complementase coa ferramenta online "Benvida, Matrona", onde os proxenitores poden dispor das respostas a todas as cuestións que máis lles preocupan

durante o embarazo, o parto e ao longo dos primeiros anos de vida do bebé. Esta é unha iniciativa que conta co apoio de organizacións como FAME (Federación de Asociaciones de Matronas de España), AEM (Asociación Española de Matronas) e o pediatra Dr. J. Mateu Sancho. Durante o ano 2019, 97.142 persoas visitaron a páxina web, que tivo máis de 123.000 visitas.

En VEGALSA-EROSKI reforzamos a nosa axuda ás familias ao adherirnos en 2016 ao programa "Tarxeta Benvida", da Xunta de Galicia. Grazas a iso, as persoas que presentan o cartón ao facer a compra na nosa rede de establecementos, Familia e Hipermercados EROSKI de Galicia beneficianse dun desconto directo do 2,5%. En 2019, transferíronse 26.602 euros ás familias a través desta iniciativa.

Fomento da cultura, lecer e contorna local

Ofomento das iniciativas máis locais de EROSKI pretende favorecer o benestar das persoas próximas á nosa rede comercial e poñer en valor a cultura e tradicións máis próximas.

Promoción e difusión das linguas locais

En EROSKI consideramos as linguas locais como parte esencial do patrimonio cultural das comunidades da nosa contorna e por iso traballamos de forma continua para a súa promoción e difusión.

No caso do éuscaro, destaca a iniciativa que levamos a cabo xunto con Elhuyar Fundazioa para desenvolver un motor de procura neste idioma. Este proxecto de I+D, no que tamén colabora a Universidade do País Vasco (UPV/EHU), desenvolve un buscador en éuscaro moito máis avanzado que os existentes ata a data. Mediante a súa integración na nosa plataforma online, conseguimos simplificar e mellorar a navegación polos documentos da revista CONSUMER EROSKI. En relación ao éuscaro, tamén cabe sinalar a participación anual nos grandes eventos da nosa lingua, con patrocinios desenvolvidos na Feira do Libro e Disco Vasco de Durango (Durangoko Azoka), a máis sinalada do calendario neste ámbito.

Ao mesmo tempo, colaboramos coas principais festas do éuscaro, como Herri Urrats, Ibilaldia, Araba Euskaraz, Kilometroak, Nafarroa Oinez e a festa da Escola Pública Vasca, nas que 12.236 persoas participaron nos eventos da Escola de Alimentación da Fundación EROSKI organizados nelas.

Tamén en Galicia poñemos en valor a cultura e a lingua da rexión, sumándonos a todas aquelas iniciativas que estean estreitamente ligadas á sociedade galega. Por exemplo, como en exercicios anteriores, en 2019 continuamos apoiando a celebración do Día das Letras Galegas.

Estas accións únense ao esforzo continuado que facemos para que a revista CONSUMER EROSKI poida ser lida en castelán, éuscaro, galego e catalán.

Lecer e cultura

Tentamos tamén achegar a cultura aos consumidores e consumidoras a través de diversos patrocinios como, por exemplo, o do festival cultural Musikaire, que ten lugar anualmente en Elorrio, onde está situada a nosa sede social.

Tamén VEGALSA-EROSKI colaborou un ano máis co programa "Cultura accesible e inclusiva", da Fundación Emalcsa, que pretende lograr a igualdade de oportunidades no acceso ao goce dos bens de carácter cultural na cidade da Coruña, e a eliminación dos obstáculos para a plena participación de toda a cidadanía nos mesmos, con especial atención ás persoas con discapacidade.

Noutra orde de cousas, conscientes da importancia do deporte na sociedade actual e para desenvolver unha vida saudable, tamén apoiamos actividades deportivas organizadas na nosa contorna máis próxima. Así mesmo, **en 2019 contribuímos, a través do programa CAPRA-BOSport, con 199.281 euros repartidos entre 118 clubs afeccionados**, co obxectivo de fomentar hábitos saudables como o da práctica deportiva.

No País Vasco colaboramos con carreiras populares como a Herri Krosa ou a Regata de Santurtzi. Ademais, en FORUM SPORT, como vimos facendo anualmente, organizamos a Kosta Trail en Bizkaia, unha carreira de montaña cunha vertente solidaria que inclúe percorridos para toda a familia e para os e as amantes das travesías.





8

Transparencia

Compromiso
coa claridade
e a veracidade

Os nosos grupos de interese

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



A nosa actividade xera impactos en diferentes grupos de interese e viceversa. Estas persoas, grupos, colectivos e organizacións son moi importantes para nós, xa que existen unha interacción e unha cooperación mutuas, fortalecidas e traballadas cos anos. Por tanto, comprendelos e involucralos nas nosas actividades e decisións é básico no desenvolvemento da nosa responsabilidade social e o control dos nosos impactos. Para iso, a actual complexidade e dinamismo do contexto social e empresarial fixo imprescindible adquirir un compromiso sólido con eles, co obxectivo de coñecer as súas expectativas e desafíos. Así, este ano efectuamos unha revisión dos nosos grupos de interese, actualizando a nosa relación con aqueles colectivos que:

- Teñen un impacto directo ou indirecto na nosa organización.
- Vense afectados polas nosas actividades, servizos ou produtos.
- Interésanse pola nosa actividade.

Así, diferenciamos entre grupos de interese internos —é dicir, aqueles grupos ou persoas que son parte integral do Grupo EROSKI— e grupos de interese externos —que inclúen desde a nosa clientela ata gobernos ou entidades sociais—:



Mecanismos de comunicación específicos e cuestións e preocupacións chave identificadas para cada grupo de interese

102-44

Grupo de interese	Mecanismos de comunicación específicos	Cuestións e preocupacións chave
Clientes e Socios/as Cliente	• Servizo de atención ao cliente (en tenda, teléfono e web) • Revista <i>EROSKI Club</i> • Revista <i>Sabor</i> de CAPRABO • Estudos de satisfacción de clientes • Programas de escoita da clientela • Folletos promocionais • App EROSKI Club • Boletíns	• Márketing e etiquetaxe • Competitividade no mercado Saúde • Seguridade no traballo • Anticorrupción • Materiais • Efluentes e residuos • Desperdicio alimentario • Emprego
Persoas consumidoras	• Revista CONSUMER EROSKI e www.consumer.es • Escola de Alimentación (www.escueladealimentacion.es) • Enquisa Nutricional da Poboación Española (ENPE) • Campañas de sensibilización (saúde, solidariedade e medio ambiente) • Institucións públicas e organizacións que velan polos intereses dos consumidores (Kontsumobide, Consejo de Consumidores y Usuarios, AECOSAN, etc.) • Notas e roldas de prensa	• Márketing e etiquetaxe Saúde • Seguridade no traballo • Enerxía • Comunidades locais • Seguridade dos clientes • Rastrexabilidade do produto • Accesibilidade • Presenza no mercado
Persoas traballadoras	• Publicacións: <i>Nexo</i>, <i>Néctar</i>, <i>La Parrapla</i>, intranets (Prisma, ForumNet), actas, comunicacións en sede • Entrevistas de avaliación • Enquisas de cultura laboral • Auditorías (Código ético) • Canle de denuncia	• Saúde e seguridade no traballo • Seguridade dos clientes • Emprego • Conciliación • Anticorrupción • Efluentes e residuos
Socios/as traballadoras	• Órganos de participación societaria • Manual de acollida • Mecanismos propios de persoas traballadoras	• Xestión económica • Goberno e xestión ética • Reestruturación da rede comercial • Cuestións inherentes a persoas traballadoras e consumidoras
Socios/as consumidoras	• Órganos de participación societaria • <i>Boletíns</i> • Mecanismos propios de Socios/as Cliente e persoas consumidoras	• Cuestións inherentes a persoas consumidoras e Socios/as Cliente
Empresas fornecedoras	• Servizo de Atención a Fornecedoros • Publicacións: <i>Nexo Loxística</i> EROSKI Acordos con PEMES • Convenios de colaboración • Mesas sectoriais • Campañas promocionais de produtos locais • Auditorías (Control calidade,...) • Foros permanentes e ocasionais	• Anticorrupción • Cumprimento normativo • Seguridade dos clientes • Rastrexabilidade do produto • Desempeño económico
Entidades financeiras/ Inversores	• Informe de Goberno Corporativo • Informe Contas Anuais Consolidadas • Notas e roldas de prensa • Páxina web da CNMV e EROSKI	• Anticorrupción • Cumprimento normativo • Desempeño económico • Protección de datos de carácter persoal • Innovación
Emprendedoras/es franquizados	• Programa "contigo en franquía" • Comunicacións directas co persoal da Dirección de Franquías da Dirección Xeral de Rede	• Seguridade dos clientes • Accesibilidade • Anticorrupción • Cumprimento normativo • Saúde e seguridade no traballo • Prácticas de adquisición
Gobernos	• Acordos e convenios de colaboración • Reunións con representantes públicos • Asociacións empresariais e de cooperativas de consumidores (ACES, ANGED, AECOC, etc.)	• Accesibilidade • Anticorrupción • Rastrexabilidade do produto • Materiais • Competencia desleal
Terceiro sector e outros axentes sociais	• Reunións con representantes das distintas organizacións • Comité Científico FUNDACIÓN EROSKI • Universidades: convenios, bolsas • ONG: convenios de colaboración, patrocinios, xornadas, casetas	• Anticorrupción • Efluentes e residuos • Cumprimento normativo • Emisións • Desperdicio alimentario • Seguridade dos clientes

Principios de elaboración da memoria

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

En EROSKI traballamos para mellorar e ampliar cada ano a información de desempeño que presentamos aos nosos grupos de interese como parte do noso compromiso coa transparencia dentro e fóra da organización. Por iso, elaboramos esta memoria baseándonos nos estándares da Global Reporting Initiative (GRI), unha institución independente, fundada en 1997, que é o marco de referencia máis usado a nivel mundial en informes de sustentabilidade e á que apoiamos

desde hai máis dunha década como membros da súa Comunidade GOLD. Ao aplicar os criterios e principios recollidos nos estándares de Global Reporting Initiative procuramos garantir que a calidade da memoria e o seu contido estean aliñados coas expectativas dos nosos grupos de interese, ademais de permitir a comparación dos distintos indicadores reportados cos nosos resultados en anos sucesivos e cos informes presentados por outras organizacións.

Alcance da memoria

As sociedades para as que se reportan datos nesta memoria son aquelas afectadas pola Lei 11/2018 de Información non financeira e diversidade. Estas son as 28 sociedades incluídas nos estados consolidados financeiros con integración global, aínda

que non todas teñen un impacto en todos os aspectos non financeiros reportados na memoria. A seguinte táboa presenta a desagregación de sociedades dos estados consolidados financeiros por agrupación de aspectos materiais reportados:

Sociedade	Aspectos económicos e protección de datos	Aspectos ambientais	Aspectos sociais / laborais / produto-cliente
EROSKI, S.COOP.			
CECOSA HIPERMERCADOS, S.L.			
EQUIPAMIENTO FAMILIAR Y SERVICIOS, S.A.			
CECOSA SUPERMERCADOS, S.L.			
GRUPO EROSKI DISTRIBUCIÓN, S.A.			
GESTION DE HIPERMERCADOS CAPRABO EISA, S.L.U.			
SUPERMERCADOS PICABO, S.L.U.			
CAPRABO, S.A.			
SOCIEDAD FRANQUICIAS EROSKI CONTIGO, S.L.			
EROSKI HIPERMERCADOS, S.COOP.			
VEGONSA AGRUPACIÓN ALIMENTARIA, S.A.			
VEGO SUPERMERCADOS, S.A.			
MERCASH SAR, S.L.			
NEWCOBECO S.A.			
PENINSULACO S.L.			
DESARROLLOS COMERCIALES DE OCIO E INMOBILIARIOS DE ORENSE, S.A.			
JACTUS SPAIN, S.L.			
INMOBILIARIA RECARÉ, S.A.U.			
CECOSA DIVERSIFICACIÓN, S.L.			
CENTRAL DE SERVEIS CIENCIES, S.L.			
CECOSA INSTITUCIONAL, S.L.			
CECOSA GESTIÓN, S.A.			
SOCIEDAD DE AFILIADOS EROSKI CONTIGO, S.L.			
APORTACIONES FINANCIERAS EROSKI, S.A.			
CECOGOICO S.A.			
FORUM SPORT, S.A.			
VIAJES EROSKI, S.A.			
GESPA FORUM, S.C.P.			

A ausencia de información ambiental ou social nalgúns destas sociedades débese a que non contan con traballadores nin actividade directa con consumidores e consumidoras, polo que non xeran ningún impacto neses aspectos non financeiros. Adicionalmente, inclúese información sobre as accións da Fundación EROSKI en relación co estándar GRI-413 de comunidades locais.

Destas sociedades, as que son propietarias de establecementos para os distintos negocios que presentamos no capítulo 2 (rede comercial e modelo comercial “contigo”) son as seguintes:

Sociedade	Hipermercados	Supermercados	Gasolineras	Lecer e deporte	Axencias de viaxes	Ópticas	Tendas 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.							



Análise de materialidade 102-49

Para a edición 2019 da Memoria de sustentabilidade efectuamos unha actualización da análise de materialidade realizada no ano anterior. O obxectivo da análise é determinar que temas son relevantes á hora de reflectir os impactos económicos, ambientais e sociais de EROSKI, de influír nas decisións dos grupos de interese ou de xerar un impacto sobre a economía,

Fontes bibliográficas, entre as que destacan estándares de referencia elaborados por GRI, como os Estándares GRI ou os suplementos sectoriais, por Governance & Accountability, os Principios do Pacto Mundial das Nacións Unidas, ademais da Lei 11/2018 de Información non financeira e diversidade.

Información proveniente do mercado, principalmente publicacións elaboradas por empresas do sector ou a cadea de subministración de EROSKI.

Información interna e externa da organización e os seus grupos de interese, como resultados de grupos focais co persoal e enquisas realizadas aos traballadores, os consumidores, os socios, os provedores, o terceiro sector, a Administración Pública, os servizos financeiros, os investidores e os medios de comunicación.

A continuación, realizouse unha priorización dos temas, que deu como resultado unha listaxe daqueles que son máis relevantes para EROSKI e os nosos grupos de interese. Para este exercicio levouse a cabo unha análise interna (relevancia para EROSKI) e unha externa (relevancia para os grupos de interese) para coñecer o grao de importancia que tiñan os temas identificados.

O método de consulta utilizado foi, maioritariamente, a enquisa *online* aos grupos de interese (perspectiva externa) e ás persoas que teñen responsabilidades na toma de decisións en EROSKI (perspectiva interna). Estes grupos inclúen o Consello de Dirección, o persoal, as franquías, os socios clientes, os socios consumidores, o terceiro sector, os provedores, a Administración Pública, os servizos financeiros e os medios de comunicación.

Os resultados obtidos foron revisados e validados para asegurarse de que a materialidade reflicte de maneira razoable e equilibrada o desempeño de EROSKI en materia de sustentabilidade, tanto dos seus impactos positivos como dos seus impactos negativos. Neste sentido, adicionalmente, pasáronse a considerar relevantes os temas de "comunidades locais", co obxectivo de reflectir toda a acción social de EROSKI; "emisións", polo seu impacto relevante na pegada ambiental; e "desempeño económico", co obxectivo de incorporar a xestión e os resultados económicos.

Por último, obtívose a matriz de materialidade, na que se identifican aqueles temas materiais para EROSKI:

o medio ambiente ou a sociedade. Aqueles que se consideran materiais (relevantes) son os que se reflicten na matriz de materialidade.

Así, para identificar aqueles temas potencialmente materiais, tivéronse en conta:



Matriz de materialidade

Temas materiais 102-47; 102-49

Relevancia para os grupos de interese		Relevancia para EROSKI		
		baixa	media	alta
alta		Comportamento empresarial ético e responsable	Compra a fornecedores locais Responsabilidade na mercadotecnia e etiquetaxe Saúde e seguridade no traballo Empregos estables e de calidade	
	Xestión de clientes	Diversidade e igualdade de oportunidades e non discriminación	Sustentabilidade na cadea de subministración Produtos seguros e saudables Ecodeseño de envases e uso de materiais máis sostíbles	
baixa	Prezos competitivos Innovación Apoio a iniciativas de acción social* Formación de persoas consumidoras Eficiencia enerxética e uso de enerxías renovables Pegada de carbono* Desperdicio alimentario	Desempeño económico* Reducir, reutilizar e reciclar residuos		
		baixa	media	alta
		Relevancia para EROSKI		
	Xestión ambiental Compromisos, políticas e xestión responsable		Emprego e relacións laborais Clientes, consumidores e responsabilidade do produto	

Tema material

Adicionalmente incorporáronse os temas sinalados co símbolo * pola súa relación e importancia coa actividade de EROSKI.

Lista de temas materiais e a súa cobertura 102-46; 103-1

Tema material	Onde se produce o impacto	Implicación de EROSKI	Motivo da súa materialidade
Desempeño económico (GRI 201)	Fóra e dentro da organización	Directa e indirecta	A xestión económica da organización ten un gran impacto nos distintos grupos de interese da entidade. Afecta ao número de empregos xerados, ás compras de produtos e servizos, á rede comercial, á estratexia empresarial, á xestión da débeda e á repartición de beneficios, entre outros aspectos.
Compra a fornecedores locais (GRI 204)	Fóra da organización	Directa	O volume de compras e o número de fornecedores que temos supón un impacto significativo no desenvolvemento dos fornecedores locais.
Comportamento empresarial ético e responsable (GRI 205)	Fóra e dentro da organización	Directa	Ter un comportamento empresarial ético e responsable é prioritario para os nosos grupos de interese, adoptando medidas para loitar contra a corrupción e o suborno.
Ecodeseño de envases e uso de materiais máis sostibles (GRI 301)	Fóra e dentro da organización	Directa e indirecta	A fabricación, uso e disposición de envases e embalaxes pode ter un impacto importante no medio ambiente. Por iso, optimizar o consumo de materiais e velar por integrar criterios de sustentabilidade é fundamental para os nosos clientes e a sociedade en xeral.
Pegada de carbono (GRI 305)	Fóra da organización	Directa e indirecta	O impacto na saúde humana e no clima que as emisións de gases de efecto invernadoiro producen é un dos grandes problemas ambientais actuais e de maior relevancia para os distintos grupos de interese.
Sustentabilidade na cadea de subministración (GRI 308-414)	Fóra da organización	Directa e indirecta	Xestionar de forma responsable a cadea de fornecedores, introducindo criterios sociais, ambientais e éticos favorece a implantación de políticas de responsabilidade en toda a cadea de valor.
Empregos estables e de calidade (GRI 401)	Fóra e dentro da organización	Directa	A estabilidade e a calidade do emprego son aspectos chave nunha organización como EROSKI, na que moitas persoas traballadoras son tamén propietarias da cooperativa e na que hai máis de 30.000 empregados directos.
Saúde e seguridade no traballo (GRI 403)	Dentro da organización	Directa	As persoas traballadoras son un dos nosos grupos de interese prioritario; por iso, previr os riscos laborais e promover a saúde e seguridade dos traballadores/as é un aspecto fundamental na organización.
Diversidade, igualdade de oportunidades e non discriminación (GRI 405-406)	Fóra e dentro da organización	Directa	Dispor de políticas de non discriminación e promover unha contorna laboral inclusiva baseada na diversidade, a multiculturalidade e a igualdade de oportunidades entre mulleres e homes é un compromiso fundamental da nosa organización.
Apoio a iniciativas de acción social (GRI 413)	Fóra da organización	Directa	Participar activamente na sociedade mediante programas de acción social que contribúan ao desenvolvemento económico e social das comunidades onde operamos é un principio fundamental da cooperativa.
Produtos máis saudables (GRI 416)	Fóra e dentro da organización	Directa e indirecta	Como empresa de distribución alimentaria, garantir a calidade e seguridade de todos os produtos xunto cos nosos fornecedores é crítico para a organización. Dispor de produtos máis saudables e adaptados a dietas especiais é chave para dar resposta ás necesidades dos nosos clientes.
Responsabilidade na mercadotecnia e etiquetaxe (GRI 417)	Fóra e dentro da organización	Directa e indirecta	Aplicar criterios éticos e de responsabilidade nas comunicacións de mercadotecnia e etiquetaxe, unha atención diferencial e a mercadotecnia individualizada teñen unha gran relevancia para os nosos clientes.

Información adicional sobre o cálculo dos indicadores presentados na memoria

Indicador	Alcance	Metodoloxía de cálculo/Comentarios
Información sobre empregados directos (GRI 102-8, 405-1)	Grupo EROSKI	O total de empregados directos e Socios/as Traballadoras é unha media dos datos rexistrados durante o último mes do exercicio de 2019 (xaneiro 2020). As porcentaxes por tipo de contrato, xornada, idade, xénero e categoría profesional corresponden aos datos a 31 de xaneiro de 2020 (data fin do exercicio). Esas porcentaxes aplicáronse ao número total de persoas traballadoras reportado (28.939). O número e índice de rotacións corresponde ás persoas empregadas que deixaron a organización voluntariamente, por despedimento, xubilación ou falecemento.
Información sobre remuneracións (GRI 102-34, 102-35, 102-36, 102-37, 102-38, 102-39, 202-1, 405-2)	Grupo EROSKI	Repórtanse datos de EROSKI S.Coop. e o resto de sociedades do Grupo separados polas diferenzas en relación coa retribución. Os datos achegados corresponden ao ano natural 2019 e corresponden unicamente a Socios e traballadores fixos. Utilízanse os datos de Anticipo de Consumo Bruto en EROSKI S.Coop. e os datos de retribución bruta anual no resto de sociedades. O Anticipo de Consumo Bruto (ACB) é a suma da retribución neta e as Retencións IRPF (sen sumar as achegas á Seguridade Social). Os datos utilizados para a comparación coas empresas do IBEX 35 foron extraídos do artigo de El País "Los jefes del Ibex ganan 79 veces más que sus empleados", publicado o 15 de abril de 2019.
Información sobre accidentalidade e formación en PRL (GRI 403-2, 404-1)	Grupo EROSKI	Datos correspondentes ao ano natural de 2019.
N.º de produtos por cada marca propia (102-2)	Grupo EROSKI	Os datos das marcas Ecron, VistoBueno e Romester corresponden ao período de marzo de 2019 a xaneiro de 2020.
Materiais (301-3)	Grupo EROSKI	Os datos de declaracións aos SCRAPs corresponden ao ano natural de 2019.
Envases loxísticos reutilizados (GRI 301-3)	Grupo EROSKI (dominio alimentario)	Datos de palés e caixas plásticas usadas durante o exercicio de 2019 nas plataformas de EROSKI, CAPRABO e VEGALSA-EROSKI. O dato de redución de emisións e árbores foi proporcionado por CHEP e calculado en base a unha Análise do Ciclo de Vida (ACV) independente do palé EURO de CHEP comparado co equivalente en branco segundo a ISO 14044.
Consumo enerxético dentro da organización (GRI 302-1)	Grupo EROSKI	Non se dispón de datos de consumo de electricidade desagregado por usos. Factores de conversión utilizados no cálculo: • Conversión de quilowatt hora a Megajoule: 1 kWh = 3,6 MJ. • Consumo de combustible en operacións de transporte (fonte: Estimacións propias de EROSKI en función da súa frota). • Conversión de litros de diésel a Xigajoules (fonte: "Factores de emisión. Rexistro de pegada de carbono, compensación e proxectos de absorción de dióxido de carbono". MITECO, 2019): - Densidade do diésel: 832,5 kg/m³ - Poder calorífico do diésel: 43 XJ/t.
Intensidade enerxética (GRI 302-3) Intensidade das emisións de GEI (GRI 305-4)	Grupo EROSKI	Indicadores utilizados para calcular o consumo relativo de enerxía na organización: • Superficie comercial: 1.231.300 m² (a 31 de xaneiro de 2020) • Vendas netas: 4.584 millóns de euros
Redución do consumo enerxético (GRI 302-4)	Grupo EROSKI	Seleccionouse 2017 como ano base para presentar as reducións de consumo de combustible en transporte e enerxía ao corresponder ao exercicio da primeira memoria de sustentabilidade acorde a GRI que elaboramos.
Extracción de auga por fonte (GRI 303-1)	Grupo EROSKI	O consumo para o exercicio de 2019 foi calculado a partir do gasto en auga potable rexistrado. Non se dispón dun rexistro de todas as fontes das que os distintos municipios que fornecen a EROSKI extraen a auga.
Biodiversidade (GRI 304-1)	Grupo EROSKI	Fonte de información: Ministerio para a Transición Ecolóxica. Non se tiveron en conta as tendas franquizadas.

Indicador	Alcance	Metodoloxía de cálculo/Comentarios
Vertedura de augas	Grupo EROSKI	Estimouse que a auga vertida corresponde a un 99% da auga potable consumida.
Residuos depositados por clientes	Grupo EROSKI	Os datos de pilas, luminarias e aparellos eléctricos e electrónicos corresponden a ano natural de 2019.
Consumo enerxético fóra da organización (GRI 302-2) Emisións directas de GEI (alcance 1) (GRI 305-1) Emisións indirectas de GEI ao xerar enerxía (alcance 2) (GRI 305-2) Outras emisións indirectas de GEI (alcance 3) (GRI 305-3)	Grupo EROSKI	Ver táboa "Factores de emisión para o cálculo da pegada de carbono"



Factores de emisión para o cálculo da pegada de carbono

Alcance 1	Gasóleo transporte loxístico	2,467 kg CO ₂ /l B7	Factores de emisión. Rexistro pegada de carbono, compensación e proxectos de absorción de dióxido de carbono 2019. MITECO, abril de 2020 IPCC 2013 para factores de CH ₄ e N2O.
	Gas natural calefacción	0,202 kg CO ₂ / kWh PCI 1 kWh PCI = 0,901 kWh PCS	Factores de emisión. Rexistro pegada de carbono, compensación e proxectos de absorción de dióxido de carbono 2019. MITECO, abril de 2020 IPCC 2013 para factores de CH ₄ e N2O.
	Refrixerantes		IPCC 2013, como se recolle en CML, versión agosto 2016. Para as mesturas, calculouse en función da proporción de cada gas no refrixerante
Alcance 2	Electricidade	Mix nacional: 0,31 kg CO ₂ / kWh Mix comercializadoras EROSKI: 0,27 kg CO ₂ /kWh	Acordo sobre a etiquetaxe da electricidade relativo á enerxía producida no ano 2019, CNMC, publicado en abril de 2020
Alcance 3	Diésel	0,455 kgCO ₂ /l	Ecoinvent: Diésel {Europe without Switzerland} market for Cut-off, S
	Queroseno	0,437 kgCO ₂ /l	Ecoinvent: Kerosene {Europe without Switzerland} market for Cut-off, S
	Emisión viaxes traballo avión	0,143 kgCO ₂ /km	Ecoinvent: Transport, passenger, aircraft {RER} Intracontinental Cut-off, U
	Combustible viaxes traballo avión	0,0552l de queroseno/km	Ecoinvent: Transport, passenger, aircraft {RER} Intracontinental Cut-off, U
	Emisión viaxes traballo coche	0,176 kgCO ₂ /km	Ecoinvent: Transport, passenger car, medium size, diésel, EURO 5 {RER} Cut-off, U
	Combustible viaxes traballo coche	0,06684 l/km	Ecoinvent: Transport, passenger car, medium size, diésel, EURO 5 {RER} Cut-off, U
	Emisión viaxes traballo furgoneta	1,25 kgCO ₂ /km	Ecoinvent: Transport, freight, light commercial vehicle, Europe without Switzerland} processing Cut-off, U
	Combustible viaxes traballo furgoneta	0,38452 l/km	Ecoinvent: Transport, freight, light commercial vehicle, Europe without Switzerland} processing Cut-off, U
	Emisión viaxes traballo tren	0,00718 kgCO ₂ /km	Ecoinvent: Transport, passenger train {FR} processing Cut-off, U
	Enerxía viaxes traballo tren	Diésel: 0,00269 i/km Electricidade: 0,05726 kWh/km	Ecoinvent: Transport, passenger train {FR} processing Cut-off, U
	Auga	0,295 kgCO ₂ /m³	Ecoinvent: Tap water {Europe without Switzerland} tap water production, conventional treatment Cut-off, U
	Papel oficina	1,10 kgCO ₂ /kg	Ecoinvent: Paper, woodfree, uncoated {RER} market for Cut-off, S
	Outros tipos de papel	Papel estucado lixeiro: 1,11 kgCO ₂ /kg	Úsanse distintos factores dependendo do tipo de papel.
		Papel satinado: 1,11 kgCO ₂ /kg	Ecoinvent: Paper, woodfree, coated {RER} market for Cut-off, S
		Papel LWC reciclaxe: 1,63 kgCO ₂ /kg	Ecoinvent: Paper, woodfree, coated {RER} market for Cut-off, S
		Papel estucado volume: 1,11 kgCO ₂ /kg	Ecoinvent: Paper, woodcontaining, lightweight coated {RER} market for Cut-off, S
		Papel pasta química: 1,77 kgCO ₂ /kg Só impresión: 0,692 kgCO ₂ /kg	Ecoinvent: Paper, woodfree, coated {RER} market for Cut-off, S Ecoinvent: Chemi-thermomechanical pulp {GLO} market for Cut-off, S Ecoinvent (modificado): Printed paper, offset {RoW} offset printing, per kg printed paper Cut-off, S

Mecanismos formais de queixa e reclamación

103-2

Existen distintas canles a través das cales se poden remitir queixas ou reclamacións a EROSKI en relación coas tres dimensións da sustentabilidade. En concreto:

Clientes

Poden dirixirse ao teléfono de atención ao cliente de EROSKI 944 943 444, de luns a sábado de 9:00 a 22:00 ou encher o formulario dispoñible en www.eroski.es/contacto. En caso de querer contactar con CAPRABO, poden facelo a través do teléfono 932 616 060 no mesmo horario, ou entrar na páxina web: www.miclubcaprabo.com/atencion-cliente.

FORUM SPORT dispón do teléfono 944 286 618 co mesmo horario e da dirección de correo electrónico forumsport@forumsport.es. En calquera desas canles rexístrase a queixa/reclamación e realízase a xestión cos correspondentes responsables dentro da organización para ofrecer unha solución/compensación no menor espazo de tempo posible.

Cumprimento contractual ou legal

As notificacións ou os requirimentos relacionados con algún incumprimento normativo ou contractual son remitidos ao centro ou área correspondente ou directamente ao Departamento Xurídico de EROSKI. Neste último caso, dependendo da materia de que se trate, o Departamento Xurídico derivará á área de xestión correspondente o escrito para solicitar resposta. En función desta, realizará o escrito de contestación conforme á Lei de Procedemento Administrativo. Ademais, se procede, poranse en marcha aquelas accións dirixidas a emendar o incumprimento que orixinou a reclamación.

Traballadores e traballadoras

Para queixas ou reclamacións relacionadas con xestións administrativas ou propias do seu posto, os traballadores e traballadoras poden dirixirse ao Departamento Social a través do seu xefe ou rexional de Persoas ou contactando co responsable de Administración de Persoas. Para denuncias relacionadas co incumprimento do Código de Conduta Corporativo ou Plan de Riscos Penais, dispomos dun teléfono de contacto [94 621 12 34], unha caixa de correos electrónica [canaldedenuncia@eroski.es; canaldedenunciavegalsa@gmail.com] e un formulario para a súa entrega física. O responsable da Oficina de Cumprimento reportará ao Comité de Auditoría e Cumprimento do Consello Reitor as denuncias

recibidas a través da canle de denuncia e da Área Social. O Comité de Auditoría supervisará o funcionamento dos procedementos establecidos na recepción das consultas e as notificacións e validará a resposta dada nas mesmas. Ademais, contamos cun protocolo específico para o tratamento dos casos de acoso sexual e por razón de sexo no posto de traballo. Este protocolo actívase pola solicitude de intervención da presunta vítima a través do seu xefe ou rexional de Persoas, ou dalgún dos membros do Consello Social. En tal caso, constituirase unha Comisión Instrutora que abrirá o correspondente expediente de investigación confidencial. Após a finalización do mesmo, emitirá un informe de conclusións, que se remite á Dirección de Persoas para adoptar as medidas propostas que considere oportunas.

Empresas fornecedoras

O Servizo de Atención a Empresas Fornecedoras dá servizo aos fornecedores en materia contable e financeira. É dicir, a situación das súas facturas, os vencementos, os pagamentos ou os cargos emitidos por EROSKI. No caso de que as empresas fornecedoras utilicen esta canle para trasladar dúbidas ou problemas en relación con outros temas, son redirixidas ás persoas ou departamentos correspondentes. Este servizo tamén resolve dúbidas de xestores comerciais que poidan ter algunha incidencia con algún fornecedor/a ou que poidan requirir algunha información sobre o estado da conta. As empresas fornecedoras poden contactar co SIP por teléfono (de 8:30 a 13:30 e de 15:00 a 16:00) ou por correo electrónico, o cal se vai revisando e xestionando, cunha demora de non máis de 2 días, en función das épocas (días previos a pagamentos, etc.). Ademais, as empresas fornecedoras poden rexistrarse de forma gratuíta na páxina web que teñen á súa disposición, a través da cal poden acceder á situación das facturas, cargos, etc. En 2019 realizáronse diversas accións de mellora no portal, entre as que destaca a posibilidade de consultar movementos de ata 5 anos de antigüidade.

Para valorar a eficacia do servizo, realízanse estatísticas sobre o número de chamadas recibidas por período e franxa, ben como chamadas atendidas, non atendidas e recibidas en franxas horarias que non son de atención. Ademais, contrólase o número de correos electrónicos recibidos e as datas nos que son enviados polas empresas fornecedoras para non incorrer en demoras.

Índice de contidos GRI e Lei 11/2018

102-55

Estándares universais

GRI 102: Contidos Xerais 2016

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
1. Perfil da organización			
102-1	Nome da organización	- Contorna empresarial	14
102-2	Actividades, marcas, produtos e servizos	- Contorna empresarial	14, 34-37, 84
102-3	Localización da sede	- Contorna empresarial	Barrio San Agustín, s/n. 48230. Elorrio, Vizcaya
102-4	Localización das operacións	- Contorna empresarial	37, 87
102-5	Propiedade e forma xurídica	- Organización e estrutura	14-15
102-6	Mercados servidos	- Mercados nos que opera	34-37
102-7	Tamaño da organización	- Contorna empresarial	14-15, 22-23, 34-37, 58, 85
102-8	Información sobre empregados e outros traballadores	- N.º total e distribución de empregados por sexo, idade, país, clasificación profesional - N.º total e distribución de modalidades de contrato de traballo - Media anual de contratos indefinidos, temporais, tempo parcial, por sexo, idade e clasificación profesional	58-63
102-9	Cadea de subministración	- Consideración nas relacións con fornecedores e subcontratistas da súa responsabilidade social e ambiental	85-86
102-10	Cambios significativos na organización e a súa cadea de subministración	- Principais factores e tendencias que poden afectar á súa evolución	39, 85 Non se produciron cambios significativos na cadea de subministración.
102-11	Principio ou enfoque de precaución	- Relacións comerciais - Produtos ou servizos que poden ter efectos negativos - Xestión dos riscos - Información sobre os impactos detectados e horizonte temporal - Información detallada sobre efectos actuais e previsibles das actividades da empresa no medio ambiente. Procedementos de avaliación ou certificación ambiental, aplicación do principio de precaución.	47, 94-95

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
102-12	Iniciativas externas		17-20
102-13	Afiliación a asociacións	- Accións de asociación ou patrocinio	166
2. Estratexia			
102-14	Declaración de altos executivos responsables da toma de decisións	- Obxectivos e estratexias	4-5
102-15	Principais impactos, riscos e oportunidades	- Obxectivos e estratexias - Principais factores e tendencias que poden afectar á súa evolución - Procedementos para a identificación, avaliación, prevención e atenuación dos riscos e impactos significativos. - Relacións comerciais - Produtos ou servizos que poden ter efectos negativos - Xestión dos riscos - Información sobre os impactos detectados e horizonte temporal	28-30 Información confidencial. O mapa de riscos e impactos foi revisado ao longo de 2019.
3. Ética e integridade			
102-16	Valores, principios, estándares e normas de conduta		16
4. Goberno			
102-18	Estrutura de goberno		24-27
102-29	Identificación e xestión de impactos económicos, ambientais e sociais	- Procedementos para a identificación, avaliación, prevención e atenuación dos riscos e impactos significativos. - Relacións comerciais - Produtos ou servizos que poden ter efectos negativos - Xestión dos riscos - Información sobre os impactos detectados, e horizonte temporal	24-27
102-30	Eficacia nos procesos de xestión do risco	- Procedementos para a identificación, avaliación, prevención e atenuación dos riscos e impactos significativos. - Relacións comerciais - Produtos ou servizos que poden ter efectos negativos - Xestión dos riscos - Información sobre os impactos detectados, e horizonte temporal	28-30

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
102-31	Avaliación de temas económicos, ambientais e sociais	- Procedementos para a identificación, avaliación, prevención e atenuación dos riscos e impactos significativos. - Relacións comerciais - Produtos ou servizos que poden ter efectos negativos - Xestión dos riscos - Información sobre os impactos detectados e horizonte temporal	24-27
102-35	Políticas de remuneración	- Remuneración media dos conselleiros e directivos, incluíndo a retribución variable, indemnizacións, o pagamento aos sistemas de previsión de aforro a longo prazo e calquera outra percepción desagregada por sexo	64-65
102-36	Proceso para determinar a remuneración	- Remuneración media dos conselleiros e directivos, incluíndo a retribución variable, indemnizacións, o pagamento aos sistemas de previsión de aforro a longo prazo e calquera outra percepción desagregada por sexo	64-65
102-37	Involucración dos grupos de interese na remuneración	- Remuneración media dos conselleiros e directivos, incluíndo a retribución variable, indemnizacións, o pagamento aos sistemas de previsión de aforro a longo prazo e calquera outra percepción desagregada por sexo	64-65
5. Participación grupos de interese			
102-40	Lista dos grupos de interese		128
102-41	Acordos de negociación colectiva	- Porcentaxe de empregados cubertos por convenio colectivo por país	66
102-42	Identificación e selección de grupos de interese		128
102-43	Enfoque para a participación dos grupos de interese		128
102-44	Temas e preocupacións chave mencionados		128-129
6. Prácticas para a elaboración de informes			
102-45	Entidades incluídas nos estados financeiros consolidados	- Organización e estrutura	130-131
102-46	Definición dos contidos dos informes e das coberturas do tema		130-131, 134
102-47	Lista dos temas materiais		133-134

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
102-48	Reexpresión da información		130 Corríxíronse os valores do número de horas de formación e as horas medias de formación por empregado correspondentes ao exercicio de 2018; as emisións de alcances 1 e 3 da pegada de carbono de 2018; o número de bolsas de caixa; e o e-mail da canle de denuncia.
102-49	Cambios na elaboración de informes		132-133 No proceso de definición dos posibles temas relevantes na actualización da materialidade deste exercicio, consideráronse aqueles aspectos de maior relevancia nas últimas consultas realizadas aos grupos de interese. En temas económicos, neste ano 2019, deixan de ser materiais os temas de presenza no mercado (GRI 202) e innovación (non GRI). Por tanto, mantéñense como materiais os temas de desempeño económico (GRI 201), prácticas de adquisición (GRI 204) e anticorrupción (GRI 205). En temas ambientais, deixan de ser materiais os temas de enerxía (GRI 302), efluentes e residuos (GRI 306-1 e 306-2), desperdicio alimentario (GRI 306) e cumprimento ambiental (GRI 307). Mantéñense os temas de materiais (GRI 301), emisións (GRI 305) e avaliación ambiental dos fornecedores (GRI 308). En temas sociais, deixan de ser materiais os temas de avaliación de dereitos humanos (GRI 412), saúde dos clientes (non GRI), protección de datos de carácter persoal (GRI 418), rastrexabilidade do produto (GRI 416), accesibilidade (non GRI) e cumprimento socioeconómico (GRI 419). Mantéñense os temas de emprego (GRI 401), seguridade e saúde no traballo (GRI 403), diversidade e igualdade de oportunidades e non discriminación (GRI 405 e 406), comunidades locais (GRI 413), avaliación social dos fornecedores (GRI 414), saúde e seguridade dos clientes (GRI 416) e mercadotecnia e etiquetaxe (GRI 417).
102-50	Período obxecto do informe		Exercicio de 2019: 1 de febreiro de 2019 a 31 de xaneiro de 2020
102-51	Data do último informe		21 de maio de 2019, correspondente ao exercicio de 2018
102-52	Ciclo de elaboración de informes		Anual

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre o informe		sostenibilidad@eroski.es
102-54	Declaración de elaboración do informe de conformidade cos Estándares GRI		Este informe elaborouse de conformidade cos estándares GRI: opción Esencial
102-55	Índice de contidos GRI		139
102-56	Verificación externa		184

Estándares temáticos

GRI 200: Temas económicos

GRI 201: Desempeño Económico 2016.Tema material

103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		134
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	- Achegas a fundacións e entidades sen ánimo de lucro	22-23, 138
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	- Achegas a fundacións e entidades sen ánimo de lucro	22-23
201-1	Valor económico directo xerado e distribuído	- Achegas a fundacións e entidades sen ánimo de lucro - Beneficios obtidos país por país - Impostos sobre beneficios pagos	22
201-2	Implicacións financeiras e outros riscos e oportunidades derivados do cambio climático	- Medidas adoptadas para adaptarse ás consecuencias do cambio climático	Non se dispón de información nesta materia.
201-3	Obrigacións do plan de beneficios e outros plans de xubilación	- Remuneración media dos conselleiros e directivos, incluíndo a retribución variable, indemnizacións, o pagamento aos sistemas de previsión de aforro a longo prazo e calquera outra percepción desagregada por sexo	Algúns socios/as de traballo de EROSKI S. Coop. fan achegas a un plan de previsión social de Lagun Aro en función do seu anticipo de consumo bruto. A porcentaxe achegada é variable. Ademais, traballadores de CECOSA Supermercados e PICABO achegan 300.000 euros anuais a plans de achega definida.
201-4	Asistencia financeira recibida do Goberno	- Subvencións públicas recibidas	22

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
GRI 202: Presenza no mercado 2016			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	- Impacto da actividade da sociedade nas poboacións locais e no territorio	64-65, 138
202-1	Cociente do salario de categoría inicial estándar por sexo fronte ao salario mínimo local	- Remuneración de postos de traballo iguais ou media da sociedade	64-65
202-2	Proporción de altos executivos contratados da comunidade local	- Impacto da actividade da sociedade nas poboacións locais e no territorio	Información non dispoñible. Non se rexistra o lugar de residencia dos empregados antes de ser contratados por EROSKI, senón o lugar de residencia no tempo de duración do contrato.
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	- Impacto da actividade da sociedade no emprego e o desenvolvemento local - Impacto da actividade da sociedade nas poboacións locais e no territorio	22-23, 89-90, 138
203-1	Investimentos en infraestruturas e servizos prestados		22-23, 88
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	- Impacto da actividade da sociedade no emprego e o desenvolvemento local - Impacto da actividade da sociedade nas poboacións locais e no territorio	22-23, 89-90, 119
GRI 204: Prácticas de Adquisición 2016.Tema material			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		134
103-2	O enfoque de xestión e as súas compoñentes	- Impacto da actividade da sociedade no emprego e o desenvolvemento local - Impacto da actividade da sociedade nas poboacións locais e no territorio - Inclusión na política de compras de cuestións sociais, de igualdade de xénero e ambientais	85, 89-90, 138
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	- Impacto da actividade da sociedade no emprego e o desenvolvemento local - Impacto da actividade da sociedade nas poboacións locais e no territorio - Inclusión na política de compras de cuestións sociais, de igualdade de xénero e ambientais	85, 89-90

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
204-1	Proporción de gasto en fornecedores locais	- Impacto da actividade da sociedade no emprego e o desenvolvemento local - Impacto da actividade da sociedade nas poboacións locais e no territorio	85 En EROSKI consideramos fornecedores locais a aqueles fornecedores que teñan a dirección nesa Comunidade Autónoma e fixesen provisións en 2019 de referencias de produtos rexionais ou locais. Estas referencias son aquelas comercializadas unicamente nesa Comunidade Autónoma (consumo de proximidade). As localizacións con operacións significativas son aquelas nas que existen tendas do Grupo EROSKI. É dicir, onde desenvolvemos a nosa actividade comercial.
GRI 205: Anti-corrupción 2016.Tema material			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		134
103-2	O enfoque de xestión e as súas compoñentes	- Medidas adoptadas para previr a corrupción e o suborno - Medidas para loitar contra o branqueo de capitais	28-31, 138 O Plan de Prevención de Riscos Penais ten alcance no Grupo EROSKI, excepto VEGALSA, que ten o seu propio.
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	- Medidas adoptadas para previr a corrupción e o suborno - Medidas para loitar contra o branqueo de capitais	28-31
205-1	Operacións avaliadas para riscos relacionados coa corrupción	- Medidas adoptadas para previr a corrupción e o suborno - Medidas para loitar contra o branqueo de capitais	28-31 Analizáronse todas as operacións do Grupo EROSKI ao elaborar o Plan de Riscos Penais, excepto VEGALSA, que ten o seu propio. Os riscos de corrupción identificados están relacionados cos procesos de selección e contratación de fornecedores, contratistas, socios comerciais ou colaboradores externos; as relacións comerciais que involucren a fornecedores e competidores en defensa da libre competencia nos mercados en que GRUPO EROSKI estea presente; a entrega, recepción ou promesa de pagamentos, obsequios ou atencións indebidas a calquera persoa ou entidade, pública ou privada, coa intención de obter ou manter negocios ou outros beneficios ou vantaxes.

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
205-2	Comunicación e formación sobre políticas e procedementos anticorrupción	- Medidas adoptadas para previr a corrupción e o suborno - Medidas para loitar contra o branqueo de capitais	Comunicouse a todos os traballadores, exceptuando a aqueles dos negocios de diversificación, a aprobación dun Plan de Prevención de Riscos Penais e do plan de Compliance, creación do OCI e oficina de cumprimento, existencia da canle de denuncia e do Código de Conduta. Este plan foi aprobado polo Consello de Dirección e polo Comité de Auditoría e Cumprimento, e ratificado polo Consello Reitor. Así mesmo, nos contratos cos fornecedores inclúese unha cláusula que informa tamén sobre estes aspectos. O Código de Conduta Corporativo, o Resumo do Regulamento do Órgano de Control Interno e o Resumo do Regulamento da Canle de Denuncia están dispoñibles na web www.eroski.es accesibles a calquera persoa. Deuse formación a todo o persoal da sede de EROSKI, CAPRABO e a parte do persoal de VEGALSA, e franquitados; está pendente a formación ao resto de traballadores e aos socios consumidores do Consello Reitor e do Comité de Auditoría e Cumprimento.
205-3	Casos de corrupción confirmados e medidas tomadas	- Medidas adoptadas para previr a corrupción e o suborno - Medidas para loitar contra o branqueo de capitais	Non se identificou ningún caso de corrupción no persoal en 2019 nin a oficina de cumprimento recibiu ningunha denuncia respecto diso.

GRI 300: Temas ambientais

GRI 301: Materiais 2016. Tema material

103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		134
103-2	O enfoque de xestión e as súas compoñentes	- Consumo de materias primas e medidas adoptadas para mellorar a eficiencia no seu uso - Medidas de prevención, reciclaxe, reutilización, recuperación e eliminación de refugалlos.	96, 99, 138
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	- Consumo de materias primas e medidas adoptadas para mellorar a eficiencia no seu uso - Medidas de prevención, reciclaxe, reutilización, recuperación e eliminación de refugалlos.	96, 99

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
301-1	Materiais utilizados por peso ou volume	- Consumo de materias primas e medidas adoptadas para mellorar a eficiencia no seu uso	96, 99 Os datos de materiais de envases e produtos incluídos na memoria coresponden unicamente aos materiais declarados aos Sistemas Colectivos de Responsabilidade Ampliada de Produtor (ECOEMBES, ECOTIC, ECOPILAS, SIGAUS e AMBILAMP). Non se dispón de información centralizada sobre a cantidade e tipo de materiais utilizados nos máis de 100.000 artigos diferentes comercializados que inclúen tamén marcas de fabricante. No entanto, estamos a traballar para recompilarmos nos nosos sistemas os detalles de materiais de envases de marca propia e proporcionarmos esta información en futuras memorias.
301-2	Insumos reciclados	- Consumo de materias primas e medidas adoptadas para mellorar a eficiencia no seu uso - Medidas de prevención, reciclaxe, reutilización, recuperación e eliminación de refugалlos.	Algúns dos nosos envases de produtos da marca EROSKI conteñen materiais reciclados (bandexas de carne e peixe, caixas de ovos, etc.). Con todo, non se dispón de información centralizada sobre a cantidade e o tipo de materiais utilizados nos máis de 100.000 artigos diferentes comercializados que inclúen tamén marcas de fabricante. No entanto, estamos a traballar para recompilarmos nos nosos sistemas os detalles de materiais de envases de marca propia e proporcionarmos esta información en futuras memorias.
301-3	Produtos reutilizados e materiais de envasado	- Consumo de materias primas e medidas adoptadas para mellorar a eficiencia no seu uso - Medidas de prevención, reciclaxe, reutilización, recuperación e eliminación de refugалlos.	96

GRI 302: Enerxía 2016

103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura	- Consumo directo e indirecto de enerxía - Uso de enerxías renovables	97, 138
302-1	Consumo enerxético dentro da organización	- Consumo directo e indirecto de enerxía	97
302-2	Consumo enerxético fóra da organización	- Consumo directo e indirecto de enerxía	97
302-3	Intensidade enerxética	- Consumo directo e indirecto de enerxía	97

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
302-4	Redución do consumo enerxético	- Medidas para previr, reducir ou reparar emisións de carbono - Consumo directo e indirecto de enerxía - Uso de enerxías renovables	97
302-5	Redución dos requirimentos enerxéticos de produtos e servizos	- Consumo directo e indirecto de enerxía	Non se dispón de información concreta de toda a liña de produtos de EROSKI.
GRI 303: Auga e efluentes 2018			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	- Consumo de auga e subministración de auga	99, 138
303-1	Interacción coa auga como recurso compartido	- Consumo de auga e subministración de auga	99
303-2	Xestión dos impactos relacionados coas verteduras de auga	- Consumo de auga e subministración de auga	99
303-3	Extracción de auga	- Consumo de auga e subministración de auga	Non se realizou ningunha extracción de auga.
303-4	Vertedura de auga	- Consumo de auga e subministración de auga	99
303-5	Consumo de auga	- Consumo de auga e subministración de auga	99
GRI 304: Biodiversidade 2016			
103-2	O enfoque da xestión e as súas compoñentes	- Medidas tomadas para preservar ou restaurar a biodiversidade - Impactos causados polas actividades ou operacións en áreas protexidas	100, 138
304-1	Centros de operacións en propiedade, arrendados ou xestionados situados dentro de ou xunto a áreas protexidas ou zonas de gran valor para a biodiversidade fóra de áreas protexidas	- Medidas tomadas para preservar ou restaurar a biodiversidade - Impactos causados polas actividades ou operacións en áreas protexidas	100
304-2	Impactos significativos das actividades, os produtos e os servizos na biodiversidade	- Impactos causados polas actividades ou operacións en áreas protexidas	Non se dispón desta información alén dos produtos con selo en sustentabilidade ambiental.

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
GRI 305: Emisións 2016.Tema material			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		134
103-2	O enfoque da xestión e as súas compoñentes	- Elementos importantes de emisións de GEIs - Medidas para previr, reducir ou reparar emisións de carbono - Metas de redución de GEIs a medio e longo prazo e medios	99, 102-103, 138
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	- Elementos importantes de emisións de GEIs - Medidas para previr, reducir ou reparar emisións de carbono - Metas de redución de GEIs a medio e longo prazo e medios	99, 102-103
305-1	Emisións directas de GEI (alcance 1)	- Elementos importantes de emisións de GEIs	99, 102-103
305-2	Emisións indirectas de GEI ao xerar enerxía (alcance 2)	- Elementos importantes de emisións de GEIs	102-103
305-3	Outras emisións indirectas de GEI (alcance 3)	- Elementos importantes de emisións de GEIs	102-103
305-4	Intensidade das emisións de GEI		103
305-5	Redución das emisións de GEI	- Medidas para previr, reducir ou reparar emisións de carbono - Metas de redución de GEIs a medio e longo prazo e medios	103
305-6	Emisións de sustancias que esgotan a capa de ozono (SAO)		99, 102-103
GRI 306: Efluentes e residuos 2016			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	- Medidas de prevención, reciclaxe, reutilización, recuperación e eliminación de refugалlos.	98-99, 138
306-2	Residuos por tipo e método de eliminación	- Medidas de prevención, reciclaxe, reutilización, recuperación e eliminación de refugалlos.	98
306-3	Derramos significativos	- Medidas para previr, reducir ou reparar emisións de carbono	99
306-4	Transporte de residuos perigosos		EROSKI subcontrata o transporte de residuos perigosos a xestores autorizados para o seu correcto tratamento segundo a legalidade vixente.

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
305-5	Corpos de auga afectados por verteduras de auga ou escoamentos		99
GRI 307: Cumprimento ambiental 2016			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		94-95, 138
307-1	Incumprimento da lexislación e normativa ambiental		Non hai constancia de multas nin sancións non monetarias significativas polo incumprimento das leis ou normativas en materia de medio ambiente en 2019. Considéranse sancións significativas aquelas cualificadas como "moi graves" pola Administración que emite a sanción.
GRI 308: Avaliación ambiental de fornecedores 2016.Tema material			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		134
103-2	O enfoque de xestión e as súas compoñentes	- Inclusión na política de compras de cuestións sociais, de igualdade de xénero e ambientais - Sistemas de supervisión e auditorías e resultados das mesmas	104, 138
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	- Inclusión na política de compras de cuestións sociais, de igualdade de xénero e ambientais - Sistemas de supervisión e auditorías e resultados das mesmas	104
308-1	Novos fornecedores que pasaron filtros de avaliación e selección de acordo cos criterios ambientais	- Inclusión na política de compras de cuestións sociais, de igualdade de xénero e ambientais - Sistemas de supervisión e auditorías e resultados das mesmas	104 Hai 98 fornecedores de produtos EROSKI Natur, belle Natural, ecolóxicos ou con selos FSC, PEFC, SFI que tiveron que cumprir criterios ambientais á hora de seren seleccionados. Supoñen un 2% do total de fornecedores comerciais.
GRI 400: Temas sociais			
GRI 401: Emprego 2016.Tema material			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		134
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	- Medidas de conciliación	58-63, 68-69, 138
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	- Medidas de conciliación	58-63, 68-69

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
401-1	Novas contratacións de persoal e rotación deste	- N.º total e distribución de empregados por sexo, idade, país, clasificación profesional - N.º total e distribución de modalidades de contrato de traballo - Media anual de contratos indefinidos, temporais, tempo parcial, por sexo, idade e clasificación profesional - N.º despedimentos por sexo, idade e clasificación profesional	61-63
401-2	Beneficios para os empregados a tempo completo que non se dan aos empregados a tempo parcial ou temporais	- Medidas de conciliación	Non hai diferenza nos beneficios ofrecidos aos empregados en función do seu tipo de xornada.
401-3	Permiso parental	- Medidas de conciliación	69
GRI 402: Relacións traballador-empresa 2016			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	- Organización do diálogo social, incluídos procedementos para informar e consultar o persoal e negociar con eles	56-57, 138
402-1	Prazos de aviso mínimos sobre cambios operacionais	- Organización do diálogo social, incluídos procedementos para informar e consultar o persoal e negociar con eles	O proceso de diálogo social coas persoas traballadoras non socias cooperativistas é o que marca o Estatuto dos Traballadores para negociar convenios colectivos, EREs, etc. No caso das Socias/os Traballadores, o modelo de comunicación establécese nos Estatutos Sociais e no Regulamento de Réxime Interno, tal e como se presenta no capítulo 1, apartado Modelo de xestión. Non existe un período de tempo fixo xeneral especificado para notificacións en caso de cambios operacionais, xa que este depende do tipo de cambio que se produza. En xeral, o tempo de aviso previo é razoable e suficiente.
GRI 403: Saúde e seguridade no traballo 2016.Tema material			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		134
103-2	O enfoque da xestión e as súas compoñentes	- Condicións de saúde e seguridade no traballo - Balance dos convenios colectivos, particularmente no campo da saúde e a seguridade no traballo	70-71, 138

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	- Condicións de saúde e seguridade no traballo - Balance dos convenios colectivos, particularmente no campo da saúde e a seguridade no traballo	70-71
403-1	Sistema de xestión da saúde e a seguridade no traballo	- Condicións de saúde e seguridade no traballo - Organización do diálogo social, incluídos procedementos para informar e consultar o persoal e negociar con eles - Balance dos convenios colectivos, particularmente no campo da saúde e a seguridade no traballo	70
403-2	Identificación de perigos, avaliación de riscos e investigación de incidentes	- Número de horas de absentismo - Accidentes de traballo, en particular a súa frecuencia e gravidade	70
403-4	Participación dos traballadores, consultas e comunicación sobre saúde e seguridade no traballo	- Condicións de saúde e seguridade no traballo	70
403-5	Formación de traballadores sobre saúde e seguridade no traballo		73
403-6	Fomento da saúde dos traballadores		71
403-7	Prevenición e mitigación dos impactos na saúde e a seguridade dos traballadores directamente vinculados coas relacións comerciais		70-71, 73
403-8	Cobertura do sistema de xestión da saúde e a seguridade no traballo		70
403-9	Lesións por accidente laboral		71-72 Taxa de días perdidos: Omisión. Información non dispoñible. Non é posible calcular a taxa de días perdidos porque non se contabilizan por separado as horas de ausencia por enfermidade común e enfermidade profesional.
403-10	Doenzas e enfermidades laborais	- Enfermidades profesionais; desagregado por sexo	73

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
GRI 404: Formación e ensino 2016			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	- Políticas implementadas no campo da formación	74, 138
404-1	Media de horas de formación ao ano por empregado	- Cantidade total de horas de formación por categorías profesionais	73-75
404-2	Programas para mellorar as aptitudes dos empregados e programas de axuda á transición	- Políticas implementadas no campo da formación	74
404-3	Porcentaxe de empregados que reciben avaliacións periódicas do desempeño e desenvolvemento profesional		76
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016.Tema material			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		134
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	- Medidas adoptadas para promover a igualdade de tratamento e de oportunidades entre mulleres e homes - Plans de igualdade - Medidas adoptadas para promover o emprego - Protocolos contra o acoso sexual e por razón de sexo - Integración e a accesibilidade universal das persoas con discapacidade	64-68, 138
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	- Medidas adoptadas para promover a igualdade de tratamento e de oportunidades entre mulleres e homes - Plans de igualdade - Medidas adoptadas para promover o emprego - Protocolos contra o acoso sexual e por razón de sexo - Integración e a accesibilidade universal das persoas con discapacidade	64-68

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
405-1	Diversidade en órganos de goberno e empregados	- N.º total e distribución de empregados por sexo, idade, país, clasificación profesional - Empregados con discapacidade - Medidas adoptadas para promover a igualdade de tratamento e de oportunidades entre mulleres e homes - Plans de igualdade - Medidas adoptadas para promover o emprego - Protocolos contra o acoso sexual e por razón de sexo - Integración e a accesibilidade universal das persoas con discapacidade	67-68 Non contamos con persoas con capacidades diferentes nin diversidade funcional no Consello Reitor (órgano superior de goberno) nin no Consello de Dirección.
405-2	Cociente do salario base e da remuneración de mulleres fronte a homes	- Diferenza salarial	64

GRI 406: Non discriminación 2016.Tema material

103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		134
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	- Política contra todo tipo de discriminación e, no seu caso, de xestión da diversidade - Eliminación da discriminación no emprego e na ocupación	57, 66, 138
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	- Política contra todo tipo de discriminación e, no seu caso, de xestión da diversidade - Eliminación da discriminación no emprego e na ocupación	57, 66
406-1	Casos de discriminación e accións correctivas emprendidas	- Política contra todo tipo de discriminación e, no seu caso, de xestión da diversidade - Eliminación da discriminación no emprego e na ocupación	Non se rexistrou ningún caso de discriminación en 2019. A través de nosas centrais de compras en Asia, realizamos auditorías de control aos nosos fornecedores. Efectuamos 26 auditorías en China, 2 auditorías en Paquistán e 4 en Bangladesh de BSCI, 1 en China da SA8000 e 2 en China de SEDEX. Os resultados das 35 auditorías a fornecedores de importación realizadas en 2019 non mostran incumprimentos significativos en materia de dereitos humanos ou laborais. Requiríronse melloras que se implementarán, e comprobarán se están realizadas, en 2020, sobre saúde e seguridade dos traballadores (3), o modelo de xestión social (26), salarios (1) e o rexistro de horas de traballo (28). Ningunha desconformidade foi crítica, polo que todas as empresas auditadas superaron a mesma.

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
GRI 407: Liberdade de asociación e negociación colectiva 2016			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	- Promoción e cumprimento das disposicións dos convenios fundamentais da Organización Internacional do Traballo relacionadas co respecto pola liberdade de asociación e o dereito á negociación colectiva - Inclusión na política de compras de cuestións sociais, de igualdade de xénero e ambientais	57, 86, 138
407-1	Operacións e fornecedores cuxo dereito á liberdade de asociación e negociación colectiva podería estar en risco	- Porcentaxe de empregados cubertos por convenio colectivo por país - Promoción e cumprimento das disposicións dos convenios fundamentais da Organización Internacional do Traballo relacionadas co respecto pola liberdade de asociación e o dereito á negociación colectiva - Inclusión na política de compras de cuestións sociais, de igualdade de xénero e ambientais	Non se rexistraron casos de vulneración do dereito á liberdade de asociación e de negociación colectiva en 2019. A través de nosas centrais de compras en Asia, realizamos auditorías de control aos nosos fornecedores. Efectuamos 26 auditorías en China, 2 auditorías en Paquistán e 4 en Bangladesh de BSCI, 1 en China da SA8000 e 2 en China de SEDEX. Os resultados das 35 auditorías a fornecedores de importación realizadas en 2019 non mostran incumprimentos significativos en materia de dereitos humanos ou laborais. Requiríronse melloras que se implementarán, e comprobarán se están realizadas, en 2020, sobre saúde e seguridade dos traballadores (3), o modelo de xestión social (26), salarios (1) e o rexistro de horas de traballo (28). Ningunha desconformidade foi crítica, polo que todas as empresas auditadas superaron a mesma.

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
GRI 408: Traballo infantil 2016			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	- Abolición efectiva do traballo infantil	57, 86, 138
408-1	Operacións e fornecedores con risco significativo de casos de traballo infantil	- Abolición efectiva do traballo infantil	Non se rexistraron casos de traballo infantil en 2019. A través de nosas centrais de compras en Asia, realizamos auditorías de control aos nosos fornecedores. Efectuamos 26 auditorías en China, 2 auditorías en Paquistán e 4 en Bangladesh de BSCI, 1 en China da SA8000 e 2 en China de SEDEX. Os resultados das 35 auditorías a fornecedores de importación realizadas en 2019 non mostran incumprimentos significativos en materia de dereitos humanos ou laborais. Requiríronse melloras que se implementarán, e comprobarán se están realizadas, en 2020, sobre saúde e seguridade dos traballadores (3), o modelo de xestión social (26), salarios (1) e o rexistro de horas de traballo (28). Ningunha desconformidade foi crítica, polo que todas as empresas auditadas superaron a mesma.
GRI 409: Traballo forzoso ou obrigatorio 2016			
103-2	O enfoque da xestión e as súas compoñentes	- Eliminación do traballo forzoso ou obrigatorio - Inclusión na política de compras de cuestións sociais, de igualdade de xénero e ambientais	57, 86, 138
409-1	Operacións e fornecedores con risco significativo de casos de traballo forzoso ou obrigatorio	- Eliminación do traballo forzoso ou obrigatorio - Inclusión na política de compras de cuestións sociais, de igualdade de xénero e ambientais	Non se rexistraron casos de traballo forzoso ou obrigatorio en 2019. A través de nosas centrais de compras en Asia, realizamos auditorías de control aos nosos fornecedores. Efectuamos 26 auditorías en China, 2 auditorías en Paquistán e 4 en Bangladesh de BSCI, 1 en China da SA8000 e 2 en China de SEDEX. Os resultados das 35 auditorías a fornecedores de importación realizadas en 2019 non mostran incumprimentos significativos en materia de dereitos humanos ou laborais. Requiríronse melloras que se implementarán, e comprobarán se están realizadas, en 2020, sobre saúde e seguridade dos traballadores (3), o modelo de xestión social (26), salarios (1) e o rexistro de horas de traballo (28). Ningunha desconformidade foi crítica, polo que todas as empresas auditadas superaron a mesma.

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
GRI 410: Prácticas en materia de seguridade 2016			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	- Prevención dos riscos de vulneración de dereitos humanos e, no seu caso, medidas para mitigar, xestionar e reparar os posibles abusos cometidos	56, 64, 138
410-1	Persoal de seguridade capacitado en políticas ou procedementos de dereitos humanos	- Prevención dos riscos de vulneración de dereitos humanos e, no seu caso, medidas para mitigar, xestionar e reparar os posibles abusos cometidos	O servizo de seguridade está subcontratado. Descoñécese a formación en materia de dereitos humanos recibida polo persoal de seguridade.
GRI 411: Dereitos dos pobos indíxenas 2016			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		86, 138
411-1	Casos de violacións dos dereitos dos pobos indíxenas	- Denuncias por casos de vulneración de dereitos humanos	Non se rexistraron casos de violacións dos dereitos dos pobos indíxenas en 2019. A través de nosas centrais de compras en Asia, realizamos auditorías de control aos nosos fornecedores. Efectuamos 26 auditorías en China, 2 auditorías en Paquistán e 4 en Bangladesh de BSCI, 1 en China da SA8000 e 2 en China de SEDEX. Os resultados das 35 auditorías a fornecedores de importación realizadas en 2019 non mostran incumprimentos significativos en materia de dereitos humanos ou laborais. Requiríronse melloras que se implementarán, e comprobarán se están realizadas, en 2020, sobre saúde e seguridade dos traballadores (3), o modelo de xestión social (26), salarios (1) e o rexistro de horas de traballo (28). Ningunha desconformidade foi crítica, polo que todas as empresas auditadas superaron a mesma.
GRI 412: Avaliación dos dereitos humanos 2016			
103-2	O enfoque da xestión e as súas compoñentes	- Procedementos de dilixencia debida en materia de dereitos humanos - Prevención dos riscos de vulneración de dereitos humanos e, no seu caso, medidas para mitigar, xestionar e reparar os posibles abusos cometidos	86, 138

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
412-1	Operacións sometidas a revisións ou avaliacións de impacto sobre os dereitos humanos	- Procedementos de dilixencia debida en materia de dereitos humanos - Prevención dos riscos de vulneración de dereitos humanos e, no seu caso, medidas para mitigar, xestionar e reparar os posibles abusos cometidos	A través de nosas centrais de compras en Asia, realizamos auditorías de control aos nosos fornecedores. Efectuamos 26 auditorías en China, 2 auditorías en Paquistán e 4 en Bangladesh de BSCI, 1 en China da SA8000 e 2 en China de SEDEX. Os resultados das 35 auditorías a fornecedores de importación realizadas en 2019 non mostran incumprimentos significativos en materia de dereitos humanos ou laborais. Requiríronse melloras que se implementarán, e comprobarán se están realizadas, en 2020, sobre saúde e seguridade dos traballadores (3), o modelo de xestión social (26), salarios (1) e o rexistro de horas de traballo (28). Ningunha desconformidade foi crítica, polo que todas as empresas auditadas superaron a mesma.
412-2	Formación de empregados en políticas ou procedementos sobre dereitos humanos	- Procedementos de dilixencia debida en materia de dereitos humanos - Prevención dos riscos de vulneración de dereitos humanos e, no seu caso, medidas para mitigar, xestionar e reparar os posibles abusos cometidos	Non se realizou formación en materia de dereitos humanos ás persoas traballadoras en xeral.
412-3	Acordos e contratos de investimento significativos con cláusulas sobre dereitos humanos ou sometidos a avaliación de dereitos humanos	- Procedementos de dilixencia debida en materia de dereitos humanos - Prevención dos riscos de vulneración de dereitos humanos e, no seu caso, medidas para mitigar, xestionar e reparar os posibles abusos cometidos	O 100% dos nosos fornecedores ten que aceptar os requirimentos da Organización Internacional de Traballo para manter unha relación comercial con EROSKI.
GRI 413: Comunidades locais 2016.Tema material			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		134
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	- Impacto da actividade da sociedade no emprego e o desenvolvemento local - Impacto da actividade da sociedade nas poboacións locais e no territorio - Relacións mantidas cos actores das comunidades locais e modalidades do diálogo con estes	22-23, 50, 50-53, 89-90, 119-125, 138
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	- Impacto da actividade da sociedade no emprego e o desenvolvemento local - Impacto da actividade da sociedade nas poboacións locais e no territorio - Relacións mantidas cos actores das comunidades locais e modalidades do diálogo con estes	22-23, 50-53, 89-90, 119-125

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
413-1	Operacións con participación da comunidade local, avaliacións do impacto e programas de desenvolvemento	- Impacto da actividade da sociedade no emprego e o desenvolvemento local - Impacto da actividade da sociedade nas poboacións locais e no territorio - Relacións mantidas cos actores das comunidades locais e modalidades do diálogo con estes	22-23, 50-53, 89-90, 119-125
413-2	Operacións con impactos negativos significativos —reais ou potenciais— nas comunidades locais	- Relacións mantidas cos actores das comunidades locais e modalidades do diálogo con estes	96-103 A reestruturación da rede comercial co peche de centros nalgunhas rexións e a apertura noutras pode xerar un impacto no emprego local das zonas nas que se produzan os peches. Desde EROSKI establécense medidas para facilitar a transición laboral desas persoas. Así mesmo, a propia actividade da organización pode xerar impactos ambientais negativos asociados ao consumo de recursos, xeración de emisións, etc. Todas as nosas actividades réxense pola lexislación vixente nestas materias e dispomos de plans de acción para minimizalas.
GRI 414: Avaliación social dos fornecedores 2016.Tema material			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		134
103-2	O enfoque de xestión e as súas compoñentes	- Inclusión na política de compras de cuestións sociais, de igualdade de xénero e ambientais - Sistemas de supervisión e auditorías e resultados das mesmas	86, 138
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	- Inclusión na política de compras de cuestións sociais, de igualdade de xénero e ambientais - Sistemas de supervisión e auditorías e resultados das mesmas	86

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
414-1	Novos fornecedores que pasaron filtros de selección de acordo cos criterios sociais	- Inclusión na política de compras de cuestións sociais, de igualdade de xénero e ambientais - Sistemas de supervisión e auditorías e resultados das mesmas	86 O 100% dos nosos fornecedores ten que aceptar os requirimentos da Organización Internacional de Traballo para manter unha relación comercial con EROSKI. A través de nosas centrais de compras en Asia, realizamos auditorías de control aos nosos fornecedores. Efectuamos 26 auditorías en China, 2 auditorías en Paquistán e 4 en Bangladesh de BSCI, 1 en China da SA8000 e 2 en China de SEDEX. Os resultados das 35 auditorías a fornecedores de importación realizadas en 2019 non mostran incumprimentos significativos en materia de dereitos humanos ou laborais. Requiríronse melloras que se implementarán, e comprobarán se están realizadas, en 2020, sobre saúde e seguridade dos traballadores (3), o modelo de xestión social (26), salarios (1) e o rexistro de horas de traballo (28). Ningunha desconformidade foi crítica, polo que todas as empresas auditadas superaron a mesma.
414-2	Impactos sociais negativos na cadea de subministración e medidas tomadas	- Consideración nas relacións con fornecedores e subcontratistas da súa responsabilidade social e ambiental - Sistemas de supervisión e auditorías e resultados das mesmas	86 A través de nosas centrais de compras en Asia, realizamos auditorías de control aos nosos fornecedores. Efectuamos 26 auditorías en China, 2 auditorías en Paquistán e 4 en Bangladesh de BSCI, 1 en China da SA8000 e 2 en China de SEDEX. Os resultados das 35 auditorías a fornecedores de importación realizadas en 2019 non mostran incumprimentos significativos en materia de dereitos humanos ou laborais. Requiríronse melloras que se implementarán, e comprobarán se están realizadas, en 2020, sobre saúde e seguridade dos traballadores (3), o modelo de xestión social (26), salarios (1) e o rexistro de horas de traballo (28). Ningunha desconformidade foi crítica, polo que todas as empresas auditadas superaron a mesma.
GRI 415: Política pública 2016			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	- Achegas a fundacións e entidades sen ánimo de lucro	24, 138
415-1	Contribución a partidos ou representantes políticos	- Achegas a fundacións e entidades sen ánimo de lucro	Non se rexistrou ningunha contribución económica a un partido político en 2019.

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
GRI 416: Saúde e seguridade dos clientes 2016.Tema material			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		134
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	- Medidas para a saúde e a seguridade dos consumidores - Sistemas de reclamación, queixas recibidas e resolución das mesmas	45-46, 138
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	- Medidas para a saúde e a seguridade dos consumidores - Sistemas de reclamación, queixas recibidas e resolución das mesmas	45-46
416-1	Avaliación dos impactos na saúde e seguridade das categorías de produtos ou servizos	Medidas para a saúde e a seguridade dos consumidores	45-46
416-2	Casos de incumprimento relativos aos impactos na saúde e seguridade das categorías de produtos e servizos	- Sistemas de reclamación, queixas recibidas e resolución das mesmas	45-46 En 2019 non hai constancia de multas significativas en relación coa saúde e seguridade de produtos e servizos. Considérase unha multa significativa aquela cualificada como "moi grave" pola Administración que xere a sanción.
GRI 417: Márketing e etiquetaxe 2016.Tema material			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		134
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	- Sistemas de reclamación, queixas recibidas e resolución das mesmas	47-49, 138
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	- Sistemas de reclamación, queixas recibidas e resolución das mesmas	47-49
417-1	Requirimentos para a información e a etiquetaxe de produtos e servizos		47-49 EROSKI inclúe no 100% dos seus produtos a información de etiquetaxe obrigatoria segundo a lexislación existente. Por exemplo, en alimentos inclúe a listaxe de ingredientes, alérxenos, información nutricional, datas de consumo preferente ou caducidade, lote, condicións especiais de conservación e utilización, se procede, etc. Ademais, nos seus produtos de marca propia inclúe información adicional como o Nutri-Score.

Estándar	Contido GRI	Contido da Lei 11/2018	Páxina/Resposta directa
417-2	Casos de incumprimentos relacionados coa información e a etiquetaxe de produtos e servizos	- Sistemas de reclamación, queixas recibidas e resolución das mesmas	En 2019 houbo 3.149 reclamacións por etiquetaxe incorrecta (información confusa/incorrecta prezos, outras). Recibíronse 28 solicitudes da Administración de corrección de erros na etiquetaxe, que se aplicaron. Non houbo multas nin sancións non monetarias significativas polo incumprimento das leis ou normativas en materia de consumo en 2019. Considérase unha multa significativa aquela cualificada como "moi grave" pola Administración que xere a sanción.
417-3	Casos de incumprimentos relacionados con comunicacións de mercadotecnia	- Sistemas de reclamación, queixas recibidas e resolución das mesmas	En 2019 houbo 2.173 reclamacións por comunicacións de mercadotecnia (ofertas, promocións).
GRI 418: Privacidade do cliente 2016			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	- Sistemas de reclamación, queixas recibidas e resolución das mesmas	138
418-1	Reclamacións fundamentadas relativas a violacións da privacidade do cliente e de perda de datos do cliente	- Sistemas de reclamación, queixas recibidas e resolución das mesmas	EROSKI é unha cooperativa de consumo e como tal vela con especial interese polos dereitos dos seus clientes, e, sen dúbida, un deles é o da protección dos datos. En EROSKI cumprimos con todos os regulamentos e normativas aplicables en materia de protección de datos dos clientes. A xestión efectúase a través do Delegado de Protección de Datos (DPO) e o seu grupo de traballo, e execútase dentro da Organización coa colaboración e cooperación da dirección, responsables de departamento ou áreas, administración de sistemas, usuarios dos sistemas, consultores e asesores externos. Reclamacións en 2019 de organismos oficiais: 2 Fugas de datos de clientes: 1
GRI 419: Cumprimento socioeconómico 2016			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		57, 138
419-1	Incumprimento das leis e normativas nos ámbitos social e económico	- Denuncias por casos de vulneración de dereitos humanos	Non se produciu ningunha sanción ou multa significativa nesta materia durante o 2019.

Táboa de contidos de Pacto Mundial e ODS

A táboa seguinte mostra os indicadores GRI do presente informe que ofrecen unha información máis relevante sobre o cumprimento dos 10 Principios do Pacto Mundial, así como dos Obxectivos de Desenvolvemento Sostible (ODS) das Nacións Unidas. Seguindo o índice da táboa, pódese avaliar o grao de avance de EROSKI respecto dos citados principios.

	Principios do Pacto Mundial	ODS	Estándar GRI máis relevantes
Dereitos humanos	1. As empresas deben apoiar e respectar a protección dos dereitos humanos fundamentais, recoñecidos internacionalmente, dentro do seu ámbito de influencia	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 16, 17	22-23, 50-53, 89-90, 96-103, 118-125
	2. As empresas deben asegurarse de que as súas empresas non son cómplices na vulneración dos Dereitos Humanos	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 16, 17	86
Normas laborais	3. As empresas deben apoiar a liberdade de afiliación e o recoñecemento efectivo do dereito á negociación colectiva	1, 3, 5, 8, 9, 10, 16, 17	66
	4. As empresas deben apoiar a eliminación de toda forma de traballo forzoso ou realizado baixo coacción	1, 3, 5, 8, 9, 10, 16, 17	409-1
	5. As empresas deben apoiar a erradicación do traballo infantil	1, 3, 5, 8, 9, 10, 16, 17	408-1
	6. As empresas deben apoiar a abolición das prácticas de discriminación no emprego e a ocupación	1, 3, 5, 8, 9, 10, 16, 17	58-65, 67-69, 73-75, 76
Medio ambiente	7. As empresas deberán manter un enfoque preventivo que favoreza o medio ambiente	2, 6, 7, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 17	96-99, 101-103
	8. As empresas deben fomentar as iniciativas que promovan unha maior responsabilidade ambiental	2, 6, 7, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 17	96-99, 101-103-104
	9. As empresas deben favorecer o desenvolvemento e a difusión das tecnoloxías respectuosas co medio ambiente	2, 6, 7, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 17	97-103
Anti-corrupción	10. As empresas deben traballar contra a corrupción en todas as súas formas, incluídas extorsión e suborno	3, 10, 16, 17	16, 28-31



Anexo

Listaxe de asociacións ás que pertence o Grupo EROSKI

Como cooperativa e asociación de consumidores

- Grupo cooperativo MONDRAGON
- Consejo Económico y Social Vasco (CESV)
- Federación de Cooperativas de Trabajo de Euskadi (ERKIDE). Como membros de ERKIDE ademais pertencemos a:
 - Elkar-lan S.Coop. – Sociedad para la promoción de cooperativas
 - Confederación de Cooperativas de Euskadi (KONFEKOOP)
 - Instituto Vasco de Consumo (Kontsumobide)
 - Consejo Superior de Cooperativas de Euskadi (CSCE-EKGK)
- Work Lan (asociación sen ánimo de lucro para o fomento de empresas da economía social)
- Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOOOP). Como membros de HISPACOOOP, ademais pertencemos a:
 - Confederación Empresarial Española de Economía Social (CEPES), onde tamén estamos representados como parte do Grupo Mondragon.
 - Consejo Económico y Social de España (CES)
 - Consejo de Consumidores y Usuarios
 - Consejo Consultivo de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN)
 - European Community of Consumer Cooperatives (Euro Coop)

Ámbito empresarial

- Asociación Española de Grandes Empresas de Distribución (ANGED)
- Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados (ACES)
- Asociación Española de Codificación Comercial (AE-COC)
- Asociación Empresarial de l’Hospitalet y Baix Llobregat (AEBALL)
- Sociedad Económica Barcelonesa de Amigos del País (SEBAP)
- Foment del Treball Nacional
- Asociación empresarial de comerciantes de Menorca (ASCOME)
- Agrupación Balear del Comercio (ABACO)
- Asociación de Comercios de Alimentación de las Islas Baleares (ACAIB)
- Confederación Balear de Comercio (CBC)
- Federación Patronal De Empresarios De Comercio De Baleares (AFEDECO)
- Confederación de Asociaciones de Empresarios de Baleares (CAEB)
- Confederación Empresarios Galicia (CEG)
- Confederación Empresarios Coruña (CEC)
- Asociación de Empresarios AGRELA
- Asociación de Empresarios del Polígono de Sabón - Arteixo
- Confederación de Empresarios de Ourense (CEO)
- Confederación de Empresarios de Ferrolterra, Eume y Ortegal
- Federación Asturiana de Empresarios (FADE)
- Asociación Empresarios Hostelería A Coruña
- Asociación Polígono de O Ceao (Lugo)
- Club financiero de Vigo (Círculo de Empresarios de Galicia)
- Club financiero de A Coruña (Club Financiero Atlántico)
- Cámara de Comercio de Álava
- Cámara de Comercio de Bilbao
- Confederación de Empresarios de Navarra (CEN)
- Cambra de Comerç Barcelona
- Cámara de Comercio de Mallorca
- Círculo de Economía de Barcelona
- Red Española del Pacto Mundial
- Retail Forum for Sustainability
- Asociación de Empresas Vascas por la Sostenibilidad (IZAITE)
- Basque Ecodesign Center
- Fundación AZTI
- Fundación Basque Culinary Center
- 5 ao día
- ECOEMBES
- ESADE (Universidad Ramon Llull)
- IESE (Universidade de Navarra)
- Escodi (Universidad de Barcelona)
- Asociación Directivos de Comunicación / DirCom
- ADP
- Fundación Pasqual Maragall
- Fundación Abadía de Montserrat
- Fundación Impulsa Balears
- Sport Cultura Barcelona

Táboas de indicadores. Comparativas con anos anteriores

Táboa 1.
Riqueza distribuída por EROSKI aos nosos grupos de interese

Valores en millóns de euros	2019	2018	2017
Persoas traballadoras de EROSKI	489	490	493
Soldos, salarios e asimilados	98,3%	99,1%	98,7%
Indemnizacións	1,6%	0,9%	1,3%
Achegas a plans de achega definida	0,1%	0,1%	0,1%
Estado	233	191	224
Cargas sociais e impostos polas persoas traballadoras	74%	90%	78%
Impostos sobre ganancias	19%	1%	14%
Tributos	6%	9%	8%
Medio ambiente (destinados á minimización do impacto ambiental e á protección e mellora do medio ambiente)	15	14	9
Gastos	8%	7%	9%
Investimentos	92%	93%	91%
Empresas fornecedoras	3.747	4.013	4.102
Fornecedores comerciais	90%	85%	87%
Fornecedores de servizos	10%	13%	13%
Clientes (millóns de euros transferidos a través das múltiples ofertas comerciais efectuadas durante o ano)	308	302	260
Sociedade (destinados a fins sociais e á formación e información das persoas consumidoras)	11	10	12
Grupo EROSKI	92%	87%	78%
Fundación EROSKI	8%	13%	22%

Táboa 2.
Número de tendas do Grupo EROSKI e as súas franquías por negocio 102-4

	2019			2018			2017		
	Total	Franquías	Propias	Total	Franquías	Propias	Total	Franquías	Propias
Hipermercados	47	1	46	56	2	54	61	3	58
Supermercados	1.282	522	760	1.278	495	783	1.279	489	790
Cash&Carry	19	0	19	19	0	19	19	0	19
Gasolineiras	42	0	42	50	1	49	50	0	50
Ópticas	11	0	11	13	0	13	16	0	16
Axencias de viaxe	166	25	141	162	16	146	159	19	140
Tendas de material deportivo FORUM SPORT	70	1	69	66	1	65	59	1	58
Tendas en liña	8	0	8	8	0	8	8	0	8
Total	1.645	549	1.096	1.652	516	1.137	1.651	512	1.139

Táboa 3.
Número de supermercados do Grupo EROSKI e as súas franquías por enseña

	2019			2018			2017		
	Total	Propios	Franquías	Total	Propios	Franquías	Total	Propios	Franquías
EROSKI/city*	556	297	259	523	287	236	500	285	215
CAPRABO	297	226	71	318	256	62	320	268	52
EROSKI/center	164	162	2	164	162	2	161	159	2
Aliprox	122	0	122	122	0	122	140	0	140
Familia	75	75	0	78	78	0	78	78	0
Onda	57	0	57	64	0	64	73	0	73
Rapid	21	0	21	9	0	9	7	0	7
Total	1.282	760	522	1.278	783	495	1.279	790	489

*A cifra de EROSKI/City inclúe os establecementos MERCA, que se presentaba desagregada en anos anteriores

Táboa 4.
Distribución por comunidade autónoma e negocio dos establecementos en 2018

	Establecimientos propios							Establecimientos franquizados							Total
	alimentación			diversificados				Total	alimentación		diversificados			Total	
	Hipermercados	Supermercados	Cash&Carry	Gasolineiras	Ópticas	Axencias de viaxes	FORUM SPORT		Hipermercados	Supermercados	Axencias de viaxes	Gasolineiras	FORUM SPORT		
Andalucía	9			5	1	1		16		54	1			55	71
Andorra										7				7	7
Aragón		36		2		5	2	45		21				21	66
Asturias	1	10	1	2		5	7	26		1				1	27
Cantabria	1	8		1		5	4	19		9	3			12	31
Castela e León	1	21		1		9	12	44		5	1		1	8	52
Castela-A Mancha	5			4	2	2		13		4				4	17
Cataluña	1	239		1		3	1	245		59				59	304
Ceuta										1				1	1
Comunidade Valenciana	3			1		1	2	7	1			1		2	9
Estremadura						1		1		2				2	3
Galicia	5	149	18	3		5	2	182		122	2			124	306
Xibraltar										2				2	2
Illas Baleares		109		2				111		74				74	185
Illas Canarias	1							1							1
A Ríoxa	1	10		1		7	3	22		4				4	26
Madrid						4		4		9				9	13
Melilla									1					1	1
Murcia	3			2			1	6			1			1	7
Navarra	2	54		3	1	14	6	82		27	2			29	111
País Vasco	21	147		19	9	78	25	299		93	12			105	404
Total	54	783	19	49	13	140	65	1.123	2	495	22		1	521	1.644

Táboa 5.
Número de persoas traballadoras segundo xénero 102-8

	2019	2018	2017
Mulleres	22.459 (78%)	23.360 (78%)	23.790 (78%)
Homes	6.480 (22%)	6.688 (22%)	6.711 (22%)
Total	28.939	30.048	30.501
Empregos en franquías estimados	3.412	3.301	3.315
Socios traballadores	9.258	9.796	10.017

Táboa 6.
Número de persoas traballadoras por comunidade autónoma 102-8

	2019	2018	2017
Andalucía	353	518	671
Aragón	920	927	925
Asturias	467	486	473
Cantabria	387	386	414
Castela A Mancha	279	429	422
Castela e León	658	653	663
Cataluña	5.732	6.213	6.355
Comunidade Valenciana	218	164	247
Estremadura	4	4	95
Galicia	5.467	5.427	5.317
Illas Baleares	2.360	2.461	2.439
Illas Canarias	66	72	77
A Ríoxa	349	353	368
Madrid	288	299	278
Murcia	67	210	216
Navarra	1.592	1.643	1.633
País Vasco	9.732	9.804	9.908
Total	28.939	30.048	30.501

Táboa 7.
Número de persoas traballadoras con contrato indefinido segundo xénero, franxa de idade e categoría profesional 102-8

	2019	2018	2017
Contratos indefinidos	22.199	22.802	23.273
Por xénero			
Mulleres	17.648	18.127	18.484
Homes	4.551	4.675	4.789
Por idade			
<30 anos	1.204	1.179	
30-50 anos	14.954	15.963	
>50 anos	6.041	5.660	
Por clasificación profesional			
Directivo/a	35	36	
Xestor/a	325	492	
Responsable	2.858	3.010	
Técnico/a	1.026	1.039	
Profesional	16.459	16.719	
Mando	1.496	1.506	

Táboa 8.
Número de persoas traballadoras con contrato temporal segundo xénero, franxa de idade e categoría profesional 102-8

	2019	2018	2017
Contratos temporais	6.740	7.246	7.228
Por xénero			
Mulleres	4.811	5.233	5.306
Homes	1.929	2.013	1.922
Por idade			
<30 anos	2.872	3.073	
30-50 anos	3.117	3.409	
>50 anos	751	764	
Por clasificación profesional			
Directivo/a	0	0	
Xestor/a	5	77	
Responsable	49	120	
Técnico/a	82	72	
Profesional	6.567	6.933	
Mando	37	44	

Táboa 9.
Número de persoas traballadoras con xornada completa segundo xénero, franxa de idade e clasificación profesional 102-8

	2019	2018	2017
Contratos xornada completa	17.821	18.155	17.933
Por xénero			
Mulleres	12.531	12.680	12.514
Homes	5.290	5.475	5.419
Por idade			
<30 anos	1.948	2.048	
30-50 anos	10.874	11.417	
>50 anos	4.999	4.690	
Por clasificación profesional			
Directivo/a	35	36	
Xestor/a	322	455	
Responsable	2.554	2.741	
Técnico/a	954	952	
Profesional	12.540	12.541	
Mando	1.416	1.430	

Táboa 10.
Número de persoas traballadoras con xornada parcial segundo xénero, franxa de idade e clasificación profesional 102-8

	2019	2018	2017
Contratos xornada parcial	11.118	11.893	12.568
Por xénero			
Mulleres	9.928	10.680	11.276
Homes	1.190	1.213	1.292
Por grupo de idade			
<30 anos	2.128	2.204	
30-50 anos	7.197	7.954	
>50 anos	1.793	1.735	
Por clasificación profesional			
Directivo/a	0	0	
Xestor/a	8	114	
Responsable	353	390	
Técnico/a	154	159	
Profesional	10.486	11.111	
Mando	117	119	

Táboa 11.
Número e taxa de contratacións 401-1

	2019			2018			2017		
	Mulleres	Homes	Taxa	Mulleres	Homes	Taxa	Mulleres	Homes	Taxa
<30 anos	375	176	1,9%	375	174	1,8%	302	117	1,4%
30-50 anos	1.321	252	5,4%	1.377	275	5,6%	532	171	2,4%
>50 anos	194	36	0,8%	198	54	0,9%	51	10	0,2%
Total por xénero	1.890	464		1.950	503		885	298	
Taxa por xénero	8,4%	7,2%		8,4%	7,6%		3,7%	4,5%	
Total	2.354		8,1%	2.453		8,2%	1.183		3,9%

Táboa 12.
Número e índice de rotacións 2017 e 2016 (saídas de persoas traballadoras) 401-1

	2019			2018			2017		
	Mulleres	Homes	Taxa	Mulleres	Homes	Taxa	Mulleres	Homes	Taxa
<30 anos	90	48	0,5%	70	40	0,4%	80	48	0,4%
30-50 anos	440	146	2,0%	415	148	1,9%	627	150	2,5%
>50 anos	312	122	1,5%	228	78	1,0%	151	60	0,7%
Total por xénero	842	316		713	266		885	298	
Taxa por xénero	3,7%	4,9%		3,1%	4,0%		3,6%	3,8%	
Total	1.158		4,0%	979		4,0%	1.116		3,7%

Táboa 13.
Número de despedimentos por xénero, franxas de idade e categoría profesional (% sobre datos de cada exercicio)

Número de despedimentos	2019	%	2018	%
Por xénero				
Mulleres	842	73%	380	73%
Homes	316	27%	138	27%
Por idade				
<30 anos	138	12%	35	7%
30-50 anos	586	51%	367	71%
>50 anos	434	37%	116	22%
Por clasificación profesional				
Directivo/a	0	0%	1	0%
Xestor/a	26	2%	10	2%
Responsable	53	5%	52	10%
Técnico/a	945	82%	5	1%
Profesional	92	8%	418	81%
Mando	42	4%	32	6%

Táboa 14.
Distribución de persoas traballadoras por xénero, franxa de idade e categoría profesional en 2018

	Directivo/a		Xestor/a		Responsable		Técnico/a		Profesional		Mando	
	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H
<30 anos	0	0	16	16	73	42	37	17	2.683	1.327	22	19
30-50 anos	9	14	221	116	1.783	453	455	312	12.521	2.378	721	388
>50 anos	3	10	76	124	572	208	122	168	3.860	883	186	213
Total	12	24	313	256	2.428	703	614	497	19.064	4.588	929	620

	Directivo/a		Xestor/a		Responsable		Técnico/a		Profesional		Mando	
	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H
<30 anos	0%	0%	5%	6%	3%	6%	6%	3%	14%	29%	2%	3%
30-50 anos	75%	58%	71%	45%	73%	64%	74%	63%	66%	52%	78%	63%
>50 anos	25%	42%	24%	48%	24%	30%	20%	34%	20%	19%	20%	34%
Total	33%	67%	55%	45%	78%	22%	55%	45%	81%	19%	60%	40%

M = Mulleres H = Homes

Táboa 15.
Distribución por xénero e franxa de idade dos órganos de goberno

Órganos de goberno	2019	2018
Asemblea xeral	250	249
<30 anos	5 (2%)	2 (1%)
30-50 anos	166 (66%)	183 (73%)
>50 anos	79 (32%)	64 (26%)
Delegate Committee	355	354
<30 anos	8 (2%)	3 (1%)
30-50 anos	236 (67%)	251 (71%)
>50 anos	111 (31%)	28 (26%)
Consello reitor	12	12
<30 anos	-	-
30-50 anos	9 (75%)	9 (75%)
>50 anos	3 (25%)	3 (25%)
Consello social	16	16
<30 anos	-	-
30-50 anos	12 (75%)	11 (69%)
>50 anos	4 (25%)	5 (31%)

Órganos de goberno	2019	2018
Asemblea xeral	250	249
Mulleres	191 (76%)	188 (76%)
Homes	59 (24%)	61 (24%)
Delegate Committee	355	354
Mulleres	302 (85%)	302 (85%)
Homes	53 (15%)	52 (15%)
Consello reitor	12	12
Mulleres	6 (50%)	6 (50%)
Homes	6 (50%)	6 (50%)
Consello social	16	16
Mulleres	13 (81%)	12 (75%)
Homes	3 (19%)	4 (25%)

Táboa 16.
Taxa de accidentes laborais 403-2

	2019	2018	2017
Causas accidentes laborais			
Sobreesforzo	37,9%	42,7%	47,3%
Caídas persoas ao mesmo nivel ou distinto nivel	12,2%	11,2%	11,7%
Cortes	13,4%	10,9%	10,2%
Outras causas	36,6%	35,2%	30,8%
Axente material			
Alimentos, vidros, plásticos ou empaketados	39,9%	41,2%	42,6%*
Produtos metálicos e ferramentas	10,2%	9,0%	7,2%
Carretillas ou similares	7,1%	7,3%	6,9%
Outros axentes materiais	42,8%	42,4%	43,3%
Taxa de accidentes laborais leves con baixa **	33,1	33,9	32,2
Mulleres	69%	70%	70%
Homes	31%	30%	30%
Taxa de accidentes laborais graves con baixa	0,1%	0,04%	
Mulleres	60%	50%	
Homes	40%	50%	
Taxa de accidentes laborais in itinere con baixa	5,4	5,0	5,4
Mulleres	77%	70%	
Homes	23%	30%	
Mortes por accidente laboral ou enfermidade profesional	0	1	0
Mulleres	0	0	0
Homes	0	1***	0

*En 2017 denominábase "caixas e obxectos"
**Taxa de accidentes corresponde a número de accidentes por millón de horas traballadas
***Paro cardíaco

Táboa 17.
Taxa de absentismo laboral

	2019	2018	2017
Taxa de absentismo laboral	6,69%	6,2%	5,8%
Mulleres	7,4	6,8%	6,4%
Homes	4,3	4,2%	3,8%
Horas de absentismo	3.161.216	2.983.380	49.961.259
Mulleres	2.665.009	2.497.682	2.577.696
Homes	496.207	485.698	297.396

Táboa 18.
Enfermidades profesionais 403-2

	2019	2018	2017
Índice de frecuencia - enfermidade profesional	1,7	1,3	1,2
Mulleres	91%	93%	96%
Homes	9%	7%	4%

Táboa 19.
Horas medias de formación das persoas traballadoras por xénero e categoría profesional 404-1

	2019			2018			2017		
	Total	Mulleres	Homes	Total	Mulleres	Homes	Total	Mulleres	Homes
Horas medias de formación	6,6	6,0	8,8	6,5	6,3	7,0	6,8	6,8	6,6
Directivo/a	43,9	48,4	41,0	58,9	61,0	57,8	54,3	76,6	44,8
Xestor/a	19,2	24,0	16,2	10,4	8,9	12,2	19,8	19,5	19,9
Mando	18,7	18,5	18,9	16,3	16,5	16,0	17,4	19,7	14,3
Profesional	4,5	4,2	5,6	4,9	5,0	4,5	4,9	5,1	4,0
Responsable	9,6	9,2	11,2	8,8	9,6	5,8	12,0	12,9	8,8
Técnico	22,4	25,1	19,0	15,6	15,7	15,5	13,8	15,4	11,8

Táboa 20.
Persoas traballadoras con avaliación periódica do desempeño e desenvolvemento profesional segundo xénero e categoría profesional

	2019			2018			2017		
Categoría profesional	Mulleres	Homes	Total	Mulleres	Homes	Total	Mulleres	Homes	Total
Directivo/a	12	23	35	3	6	9	4	24	28
Xestor/a	57	81	138	35	61	96	70	123	193
Mando	575	336	911	386	260	646	670	452	1.122
Profesional	8.117	1.621	9.738	5.766	1.181	6.947	9.478	1.942	11.420
Responsable	1.319	299	1.618	523	463	986	1.429	369	1.798
Técnico	365	302	667	330	88	418	429	340	769
Total	10.445	2.662	13.107	7.043	2.059	9.102	12.080	3.250	15.330

Táboa 21.
Porcentaxe de persoas traballadoras con avaliación periódica do desempeño e desenvolvemento profesional respecto ao total de traballadores segundo xénero e categoría profesional

	2019		2018		2017	
Categoría profesional	Mulleres	Homes	Mulleres	Homes	Mulleres	Homes
Directivo/a	100%	100%	25%	25%	36%	92%
Xestor/a	45%	40%	11%	24%	51%	56%
Mando	62%	56%	42%	42%	75%	69%
Profesional	44%	35%	30%	26%	48%	41%
Responsable	55%	56%	22%	66%	58%	58%
Técnico/a	59%	61%	54%	18%	79%	79%
Total	47%	41%	30%	31%	51%	48%

Táboa 22.
Número de persoas traballadoras con discapacidade por categoría profesional

2019					2018				2017			
	Total	M	H	% Total	Total	M	H	% Total	Total	M	H	% Total
Directivo/a	1	0	1	0,3%	1	0	1	0,3%	0	0	0	0,0%
Xestor/a	3	0	3	0,8%	4	1	3	1,0%	2	0	2	0,5%
Responsable	26	17	9	6,9%	22	14	8	5,7%	25	16	9	6,3%
Técnico/a	7	4	3	1,9%	7	5	2	1,8%	9	7	2	2,3%
Profesional	324	208	116	86,6%	339	210	129	87,1%	343	216	127	86,2%
Mando	11	4	7	2,9%	16	5	11	4,1%	19	7	12	4,8%
Total	374	233	141		389	235	154		398	246	152	

*En 2017 non se incluía distribución por franxas de idade.

Táboa 23.
Número de provedores comerciais e de servizos por país 102-9

	2019	2018	2017		2019	2018	2017
España	10.406	11.029	10.079	Grecia	2	2	2
China	62	70	83	Corea do Sur	1	1	1
Francia	66	63	66	Polonia	2	2	1
Portugal	50	51	42	Taiwán	2	2	1
Reino Unido	29	33	33	India	2	1	1
Alemaña	23	20	15	Indonesia	1	1	1
Holanda	17	20	17	Chipre	1	1	0
Italia	16	16	14	Israel	1	1	0
EEUU	11	13	7	Singapur	1	1	0
Irlanda	13	12	5	Suecia	2	1	0
Bélxica	13	12	16	Canadá	1	0	1
Bangladesh	6	11	13	Eslovaquia	0	0	1
Dinamarca	7	10	10	Tunes	0	0	1
Noruega	4	9	7	Turquía	2	0	0
Andorra	3	6	5	Arxentina	1	0	0
Vietnam	4	5	5	Croacia	1	0	0
Paquistán	5	4	6	Total	10.764	11.405	10.441
Suíza	5	4	4				
Tailandia	2	2	3				
Luxemburgo	2	2	1				

En 2018 e 2019 inclúense tamén datos de provedores de servizos de VEGALSA-EROSKI.

Táboa 24.
Número de provedores comerciais e produtores locais por comunidade autónoma

2019				2018			2017		
	Fornecedores comerciais	Produtores locais	% *	Fornecedores comerciais	Produtores locais	% *	Fornecedores comerciais	Produtores locais	% *
Andalucía	324	226	70%	347	237	68%	361	244	68%
Aragón	168	117	70%	155	99	64%	155	93	60%
Asturias	94	70	74%	94	72	77%	96	75	78%
Baleares	185	152	82%	189	155	82%	194	155	80%
Canarias	85	59	69%	86	60	70%	91	63	69%
Cantabria	83	59	71%	84	63	75%	94	71	76%
Castela e León	193	110	57%	186	101	54%	210	129	61%
Castela A Mancha	165	112	68%	179	130	73%	203	151	74%
Cataluña	944	518	55%	948	503	53%	975	530	54%
Ceuta	2	2	100%	2	2	100%	5	5	100%
Comunidade Valenciana	277	88	32%	276	91	33%	288	114	40%
Estremadura	49	65	71%	76	63	83%	78	64	82%
Galicia	464	302	65%	440	295	67%	444	298	67%
A Ríoxa	87	62	71%	85	62	73%	89	65	73%
Madrid	334	42	13%	346	45	13%	354	52	15%
Melilla	3	3	100%	6	6	100%	5	5	100%
Murcia	124	68	55%	133	77	58%	136	81	60%
Navarra	203	160	79%	196	154	79%	202	154	76%
País Vasco	456	294	64%	444	278	63%	453	293	65%
Total	4.240	2.479		4.272	2.493		4.433	2.642	

*Porcentaxe dos provedores locais respecto dos provedores comerciais.

Táboa 25.
Materiais usados nos produtos e envases de marca propia declarados aos Sistemas Colectivos de Responsabilidade Ampliada de Produtor 301-1

Materiais (toneladas)	2019	2018	2017
Envases e embalaxes	3.031	2.457	2.868
Non Renovable	1.801	1.235	1.210
Aceiro	442	312	239
Aluminio	48	49	45
Outros	46	55	26
Plástico	1.265	818	900
Renovable	1.230	1.222	1.658
Cerámica	4	5	5
Papel/Cartón/Madeira/Cortiza	1.118	1.107	1.570
Vidro	107	110	83
Pilas	68	101	69
Lámpadas fluorescentes compactas	0,0001	0,011	0,0005
Aceite	0,03	0,113	0,5
Aparellos eléctricos e electrónicos	1.216	1.280	1.341

Táboa 26.
Papel consumido en publicidade, revistas, billetes de caixa e a sede social de EROSKI 301-1

Consumo de materias primas/materiais (toneladas)	2019	2018	2017	Variación 2018-2019 (%)
Folletos publicidade	4.559	4.809	4.707	-5%
Revistas	388	318	290	22%
Sede	10	11	11	-9%
Tickets de caixa	285	339		-87%
Total	5.242	5.477	5.008	-9%

Táboa 27.
Envases loxísticos reutilizados 301-3

Envases (unidades)	2019	2018	2017	Variación 2018-2019 (%)
Palés reutilizados	5.400.714	4.944.741	5.490.795	9%
Caixas plásticas reutilizadas	41.418.189	41.862.959	41.823.759	-1%
Envases loxísticos reutilizados (unidades)	46.818.903	46.807.700	47.314.554	0,02%

Táboa 28.
Consumo enerxético dentro da organización 301-1

	2019	2018	2017	Variación 2018-2019 (%)	Variación 2017-2019 (%)
Combustible non renovable (kWh)	263.387.491	278.116.806	279.835.108	-5%	-6%
Gas natural (kWh)	8.423.621	9.976.723	8.707.115	-16%	-3%
Hipermercados	4.848.191	6.303.455	5.320.657	-23%	-9%
Supermercados	200.912	146.106	243.781	38%	-18%
Plataformas	3.315.237	3.475.140	3.107.443	-5%	7%
Outros	59.281	52.023	35.234	14%	68%
Diésel (kWh)	254.963.870	268.140.083	271.127.993	-5%	-6%
Compra en orixe	63.436.943	68.158.438	70.864.197	-7%	-10%
Distribución a tenda	191.526.927	199.981.645	200.263.796	-4%	-4%
Electricidade (kWh)	496.719.426	545.436.683	577.596.444	-9%	-14%
Hipermercados	87.772.575	106.664.813	126.809.642	-18%	-31%
Supermercados	335.861.055	360.707.898	366.678.551	-7%	-8%
Plataformas	49.532.640	51.531.373	50.879.535	-4%	-3%
Outros	23.553.155	26.532.600	33.228.716	-11%	-29%
Consumo enerxético Total (kWh)	760.106.917	823.553.489	857.431.552	-8%	-11%
Combustible non renovable (XJ)	948.195	1.001.220	1.007.407	-5%	-6%
Gas natural (XJ)	30.325	35.916	31.346	-16%	-3%
Diésel (XJ)	917.870	965.304	976.061	-5%	-6%
Electricidade (XJ)	1.788.190	1.963.572	2.079.347	-9%	-14%
Consumo enerxético Total (XJ)	2.736.385	2.964.793	3.086.754	-8%	-11%

Táboa 29.
Distribución (en porcentaxe) dos consumos enerxéticos por uso

	2019	2018	2017
Gas natural			
Hipermercados	58%	63%	61%
Supermercados	2%	1%	3%
Plataformas	39%	35%	36%
Outros	1%	1%	0%
Diésel			
Compra en orixe	25%	25%	38%
Distribución a tenda	75%	75%	62%
Electricidade			
Hipermercados	18%	20%	22%
Supermercados	68%	66%	63%
Plataformas	10%	9%	9%
Outros	5%	5%	6%

Táboa 30.
Cociente de intensidade enerxética en EROSKI 302-3

	2019	2018	2017
kWh/m² superficie comercial	617,32	634,34	575,00
kWh/€ vendas netas	0,17	0,18	0,16

Táboa 31.
Residuos por tipo e método de tratamento 306-2

	2019 (toneladas)	2018 (toneladas)	2017 (toneladas)	Variación 2018-2019 (%)
Residuos non perigosos	46.627	47.181	40.749	-1%
Reciclaxe	38.001	38.460	32.638	-1%
Vertedoiro	3.679	3.920	3.614	-6%
Valorización	4.947	4.801	4.498	3%
Residuos perigoso	18	37	58	-51%
Reciclaxe	18	37	58	-51%
Total residuos xerados	46.645	47.218	40.807	-1%

	2019		2018		2017		Variación 2018-2019 (%)
Residuos reciclados	38.019	%	38.497	%	32.696	%	-1%
Papel e cartón	34.354	90%	35.234	92%	29.898	91%	-2%
Plástico	2.753	7%	2.424	6%	2.052	6%	14%
Madeira	382	1%	370	1%	273	1%	3%
POREX	298	1%	291	1%	263	1%	2%
Outros	233	1%	178	0%	210	1%	31%
Residuos orgánicos valorizados	4.947	%	4.801	%	4.497	%	3%
Carne	2.180	44%	2.110	44%	1.900	42%	3%
Peixe	2.376	48%	2.328	48%	2.278	51%	2%
Pan	264	5%	244	5%	233	5%	8%
logures	88	2%	80	2%	54	1%	10%
Froitas e verduras	39	1%	38	1%	32	1%	3%

Táboa 32.
Residuos por tipo recollidos de clientes para a súa reciclaxe por tipo 306-2

	2019	2018	2017	Variación 2018-2019 (%)
Residuos non perigosos	791	608	625	30%
Téxtil	710	604	625	18%
Cápsulas de café	6	4		50%
Aceite usado	75	72	69	4%
Residuos perigoso	1.569	1.676	1.736	-6%
Aparellos eléctricos e electrónicos	1.479	1.490	1.559	-1%
Pilas e acumuladores de enerxía	75	92	95	-18%
Lámpadas e fluorescentes	15	22	13	-32%
Total	2.360	2.284	2.361	30%

Táboa 33.
Extracción de auga por fonte 303-1

	2019	2018	2017	Variación 2018-2019 (%)
Subministracións municipais de auga (m³)	1.028.495	951.375	1.065.815	8%
Localización				
Supermercados	73%	69%	67%	6%
Hipermercados	17%	20%	21%	-15%
Plataformas	6%	6%	6%	0%
Outros negocios	4%	5%	6%	-20%

*En 2018 e 2019 incluíuse tamén consumo de auga de FORUM SPORT que non se incluía en exercicios anteriores.

Táboa 34.
Refrixerantes consumidos para compensar fugas 305-1

Consumo refrixerantes	2019	2018	2017	Variación 2018-2019 (%)
Total (toneladas)	58,31	50,63	63,79	15%
R-407A	0,02%	11%		-100%
R-407F	13%	0,10%	19%	12.900%
R-442A	31%	46%	43%	-33%
R-449A	9%	3%	18%	200%
R-448A	33%	23%	5%	43%
Outros	14,98%	15,9%	15%	-6%

Táboa 35.
Emisións de gases de efecto invernadoiro (GEI) - pegada de carbono de EROSKI 305-1; 305-2; 305-3

Emisións de GEI (tCO ₂ eq)	2019	%	2018	2017	Variación 2018-2019 (%)	Variación 2017-2019 (%)
Emisións directas (Alcance 1)	162.073		173.388	191.364	-7%	-15%
Gas natural	1.538	2,3%	1.834	1.601	-16%	-4%
Transporte estrada	64.304	97,4%	69.569	68.711	-8%	-6%
Refrixerantes	96.231	0,3%	101.985	121.052	-6%	-21%
Emisións indirectas por consumo eléctrico (Alcance 2) Media España	153.983		223.629	248.366	-31%	-38%
Hipermercados	27.209	17,7%	43.733	54.528	-38%	-50%
Supermercados	104.117	67,6%	147.890	157.672	-30%	-34%
Plataformas	15.355	10,0%	21.128	21.878	-27%	-30%
Outros negocios	7.301	4,7%	10.878	14.288	-33%	-49%
Emisións indirectas por consumo eléctrico (Alcance 2) Mix Comercializadoras	99.344		152.722	218.166	-35%	-54%
Hipermercados	17.555	17,7%	29.866	47.897	-41%	-63%
Supermercados	67.172	67,6%	100.998	138.500	-33%	-52%
Plataformas	9.907	10,0%	14.429	19.218	-31%	-48%
Outros negocios	4.711	4,7%	7.429	12.551	-37%	-62%
Outras emisións indirectas (Alcance 3)	29.788		30.131	29.591	-1%	1%
Viaxes traballo (emisións combustión)	4.566	15,3%	3.412	3.412	34%	34%
Diésel transporte (do pozo ao tanque)	14.615	49,1%	15.370	15.542	-5%	-6%
Diésel viaxes traballo (do pozo ao tanque)	641	2,2%	614	613,84	4%	4%
Viaxes traballo tren	8	0,0%				
Auga	308	1,0%	281	411	10%	-25%
Papel consumido en sede EROSKI, folletos, revistas e billetes	9.651	32,4%	10.454	9.612	-8%	0%
Total emisións (con mix comercializado- ras para a electricidade)	291.205		356.241	439.121	-18%	-34%

*Corrixíronse as emisións de 2018 e 2017 por un erro nas unidades do alcance 3 ao presentar os datos na memoria de 2018.
En 2018 e 2017 non houbo datos de viaxes de traballo en tren; e en 2017 non se incluíron emisións polo papel de tickets de compra.

Táboa 36.
Intensidade e redución das emisións de GEI 305-4; 305-5

Intensidade das emisións de GEI	2019	2018	2017	Variación 2018-2019 (%)	Variación 2017-2019 (%)
Total					
g CO ₂ eq/€ vendas netas	63,5	75,8	91,6	-16%	-31%
kg CO ₂ eq/m ² superficie comercial	236,5	274,4	323,7	-14%	-27%
Alcance 1					
g CO ₂ eq/€ vendas netas	35,4	36,9	39,9	-4%	-11%
kg CO ₂ eq/m ² superficie comercial	131,6	133,6	141,1	-1%	-7%
Alcance 2 (mix comercializadoras)					
g CO ₂ eq/€ vendas netas	21,7	32,5	45,0	-33%	-52%
kg CO ₂ eq/m ² superficie comercial	80,7	117,6	160,8	-31%	-50%
Alcance 3					
g CO ₂ eq/€ vendas netas	6,5	6,4	6,2	1%	5%
kg CO ₂ eq/m ² superficie comercial	24,2	23,2	21,8	4%	11%
Alcance 1+2					
g CO ₂ eq/€ vendas netas	57,0	69,4	84,9	-18%	-33%
kg CO ₂ eq/m ² superficie comercial	212,3	251,2	301,9	-15%	-30%

Redución das emisións de GEI	Variación 2018-2019 (%)	Variación 2017-2019 (%)
Emisións directas (Alcance 1)	-7%	-15%
Emisións indirectas por consumo eléctrico (Alcance 2, mix comercializadoras)	-35%	-54%
Outras emisións indirectas (Alcance 3)	-1%	1%
Alcance 1 + Alcance 2	-20%	-36%
Total	-18%	-34%

*Corrixíronse as intensidades de emisións de 2018 e 2017 por un erro nas unidades do alcance 3 ao presentar os datos na memoria de 2018.



Verificación conforme a Lei 11/2018 de información non financeira e diversidade

AENOR

Declaración de Verificación de Información No Financiera

declaración de Verificación de AENOR para

EROSKI, S.COOP.

relativa al estado consolidado de información no financiera Memoria 2019 EROSKI. Estado de información no financiera

conforme a la ley 11/2018

correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de Enero de 2020

En Madrid 10 de junio de 2020



Rafael García Meiro
Director General

1995/0227-VNOF 2020

AENOR INTERNACIONAL S.A.U. C/ GÉNOVA 6, 28004 MADRID
Página 1 de 4

AENOR

EROSKI S.COOP. (en adelante la organización) con domicilio social en: Barrio de San Agustín s/n, 48230, Elorrio y en su nombre, D^a LEIRE MUGERZA GARATE, mayor de edad, con DNI nº 72.453.573-P, en cargo de Presidenta del Consejo Rector de EROSKI, S. Coop, ha encargado a AENOR llevar a cabo una verificación bajo un nivel de aseguramiento limitado de su 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).

Como resultado de la verificación efectuada AENOR emite la presente Declaración, de la cual forma parte el EINF verificado. La Declaración únicamente es válida para el propósito encargado y refleja sólo la situación en el momento en que se emite.

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 EINF de la organización, elaborado de conformidad con la Ley 11/2018.

Responsabilidad de la organización. La organización tuvo la responsabilidad de reportar su estado de información no financiera conforme a la Ley 11/2018. La formulación y aprobación del EINF así como el contenido del mismo, es responsabilidad de su Órgano de Administración. Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINF esté 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. La organización de acuerdo al compromiso formalmente adquirido, ha informado a AENOR que no se han producido, desde la fecha de cierre del ejercicio reportado en el informe no financiero hasta la fecha de la verificación, ningún acontecimiento que pudiera suponer la necesidad de realizar correcciones al informe.

Programa de verificación conforme a ISO/IEC 17029:2019. AENOR, de conformidad a la citada Ley, ha realizado la presente verificación como prestador independiente de servicios de verificación. La verificación se ha desarrollado bajo los principios de "enfoque basado en evidencias, presentación justa, imparcialidad, competencia técnica, confidencialidad, y responsabilidad" exigidos en la norma internacional ISO/IEC 17029:2019 "Evaluación de la conformidad - Principios generales y requisitos para los organismos de validación y verificación".

Igualmente, en el Programa de verificación, AENOR ha considerado los requisitos internacionales de acreditación, verificación o certificación correspondientes a las materias de información contempladas en la Ley:

- Reglamento Europeo EMAS (Verificación Medioambiental)

1995/0227-VNOF 2020

AENOR INTERNACIONAL S.A.U. C/ GÉNOVA 6, 28004 MADRID
Página 2 de 4

AENOR

- SA 8000 (principios y derechos laborales internacionales conformes a la ILO (Organización Internacional del Trabajo), La Declaración Universal de los Derechos Humanos y la Convención sobre los Derechos del Niño. SAAS Procedure 200)
- Sistema de Gestión Medioambiental (ISO 14001).
- Sistema de Gestión de Responsabilidad Social, esquemas IQNet SR 10 y SA8000.
- Sistema de Gestión de la Calidad (ISO 9001).
- Sistema de Gestión de la Energía (ISO 50001).
- Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (ISO 45001).

Adicionalmente, los criterios e información que se han tenido en cuenta como referencia para realizar el Programa de verificación han sido:

- 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.
- La Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 22 de octubre de 2014 por la que se modifica la Directiva 2013/34/UE en lo que respecta a la divulgación de información no financiera e información sobre diversidad por parte de determinadas grandes empresas y determinados grupos.
- La Comunicación de la Comisión Europea 2017/C 215/01, Directrices sobre la presentación de informes no financieros (metodología para la presentación de información no financiera).
- La norma internacional ISO/IEC 17029:2019 Evaluación de la conformidad - Principios generales y requisitos para los organismos de validación y verificación.
- 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 desempeño en materia de responsabilidad social corporativa.

AENOR se exime expresamente de cualquier responsabilidad por decisiones, de inversión o de otro tipo, basadas en la presente Declaración.

Durante el proceso de verificación realizado, bajo un nivel de aseguramiento limitado, AENOR realizó entrevistas con el personal encargado de recopilar y preparar el EINF y revisó evidencias relativas a:

- Actividades, productos y servicios prestados por la organización.

1995/0227-VNOF 2020

AENOR INTERNACIONAL S.A.U. C/ GÉNOVA 6, 28004 MADRID
Página 3 de 4

AENOR

- Consistencia y trazabilidad de la información aportada, incluyendo el proceso seguido de recopilación de la misma, muestreando información sobre la reportada.
- Cumplimentación y contenido del estado de información no financiero con el fin de asegurar la integridad, exactitud y veracidad en su contenido.
- Carta de manifestaciones del Órgano de Administración.

Las conclusiones por tanto se fundamentan en los resultados de ese proceso de carácter muestral, y no eximen a la Organización de su responsabilidad sobre el cumplimiento de la legislación que le sea de aplicación.

El personal involucrado en el proceso de verificación, la revisión de conclusiones y la decisión en la emisión de la presente Declaración, dispone de los conocimientos, habilidades, experiencia, formación, infraestructuras de apoyo y la capacidad necesarios para llevar a cabo eficazmente dichas actividades.

CONCLUSIÓN

Basado en lo anterior, en nuestra opinión, no hay evidencia que haga suponer que el estado de información no financiera incluida en MEMORIA 2019 EROSKI. ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA y para el ejercicio anual finalizado el 31 de enero de 2020, no proporcione información fiel del desempeño de EROSKI S.COOP. y sociedades referenciadas en el estado de información no financiera consolidado, 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.

1995/0227-VNOF 2020

AENOR INTERNACIONAL S.A.U. C/ GÉNOVA 6, 28004 MADRID
Página 4 de 4

Informe de revisión independiente acorde aos estándares GRI

AENOR

VERIFICACIÓN DE LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

VMS-2020/0014

AENOR ha verificado la Memoria de la organización

EROSKI, S.COOP

TITULADA: MEMORIA 2019 GRUPO EROSKI - 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:

2020-05-14

AENOR INTERNACIONAL SAU

Génova, 6. 28004 Madrid. España

Tel. 91 432 60 00.- www.aenor.com



Rafael GARCÍA MEIRO

Director General

Original Electrónico

AENOR

Esta memoria foi elaborada en cumprimento da Lei 11/2018 e conforme aos estándares da Global Reporting Initiative 2016, opción esencial.

O contido desta memoria foi verificado por AENOR.

Para calquera dúbida ou suxestión sobre esta memoria, contacta con: sostenibilidad@eroski.es

