

## Análisis de materialidad 102-49

Para la edición 2019 de la Memoria de sostenibilidad hemos llevado a cabo una actualización del análisis de materialidad realizado el año anterior. El objetivo del análisis es determinar qué temas son relevantes a la hora de reflejar los impactos económicos, ambientales y sociales de EROSKI, influyen en las decisiones de los grupos de interés o generan un impacto sobre la econo-

mía, el medio ambiente y/o la sociedad. Aquellos que se consideran materiales (relevantes) son los que se reflejan en la matriz de materialidad.

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

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

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

**Información interna y externa de la organización y sus grupos de interés**, como resultados de grupos focales con la plantilla y encuestas realizadas a los trabajadores, los consumidores, los socios, los proveedores, el tercer sector, la Administración Pública, los servicios financieros, los inversores y los medios de comunicación.

A continuación, se ha realizado una priorización de los temas, que ha dado como resultado un listado de aquellos que son más relevantes para EROSKI y nuestros grupos de interés. Para este ejercicio se ha llevado a cabo un análisis interno (relevancia para EROSKI) y uno externo (relevancia para los grupos de interés) para conocer el grado de importancia que tenían los temas identificados.

El método de consulta utilizado ha sido, mayoritariamente, la encuesta *online* a los grupos de interés (perspectiva externa) y a las personas que tienen responsabilidades en la toma de decisiones en EROSKI (perspectiva interna). Estos grupos incluyen el Consejo de Dirección, la plantilla, las franquicias, los socios clientes, los socios consumidores, el tercer sector, los proveedores, la Administración Pública, los servicios financieros y los medios de comunicación.

Los resultados obtenidos han sido revisados y validados para asegurarse de que la materialidad refleja de manera razonable y equilibrada el desempeño de EROSKI en materia de sostenibilidad, tanto de sus impactos positivos como de sus impactos negativos. En este sentido, adicionalmente se han pasado a considerar relevantes los temas de "comunidades locales", con el objetivo de reflejar toda la acción social de EROSKI, "emisiones", por su impacto relevante en la huella ambiental, y "desempeño económico", con el objetivo de incorporar la gestión y los resultados económicos.

Por último, se ha obtenido la matriz de materialidad, en la que se identifican aquellos temas materiales para EROSKI:



## Matriz de materialidad

Temas materiales 102-47; 102-49

|                                       |   |  |   |      |
|---------------------------------------|---|--|---|------|
| Relevancia para los grupos de interés | alta  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Comportamiento empresarial ético y responsable</li> <li>Compra a proveedores locales</li> <li>Responsabilidad en el marketing y etiquetado</li> <li>Salud y seguridad en el trabajo</li> <li>Empleos estables y de calidad</li> </ul>   |   |      |
|                                       | media   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de clientes</li> <li>Diversidad e igualdad de oportunidades y no discriminación</li> <li>Sostenibilidad en la cadena de suministro</li> <li>Productos seguros y saludables</li> <li>Ecodiseño de envases y uso de materiales más sostenibles</li> </ul>   |   |      |
|                                       | baja  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Precios competitivos</li> <li>Innovación</li> <li>Apoyo a iniciativas de acción social*</li> <li>Desempeño económico*</li> <li>Reducir, reutilizar y reciclar residuos</li> <li>Formación a las personas consumidoras</li> <li>Eficiencia energética y uso de energías renovables</li> <li>Huella de carbono*</li> <li>Desperdicio alimentario</li> </ul> |   |      |
|                                       |   | baja   | media   | alta |
| Relevancia para EROSKI                |   |  |   |      |
|                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión ambiental</li> <li>Compromisos, políticas y gestión responsable</li> </ul> |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Empleo y relaciones laborales</li> <li>Cientes, consumidores y responsabilidad del producto</li> </ul> |      |

■ Tema material

Adicionalmente se han incorporado los temas señalados con el símbolo \* por su relación e importancia con la actividad de EROSKI.

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

| Tema material   | Dónde se produce el impacto       | Implicación de EROSKI | Motivo de su materialidad  |
|---|-----------------------------------|-----------------------|--|
| Desempeño económico (GRI 201)   | Fuera y dentro de la organización | Directa e indirecta   | La gestión económica de la organización tiene un gran impacto en los distintos grupos de interés de la entidad. Afecta al número de empleos generados, a las compras de productos y servicios, a la red comercial, a la estrategia empresarial, a la gestión de la deuda y al reparto de beneficios, entre otros aspectos. |
| Compra a proveedores locales (GRI 204)                                  | Fuera de la organización          | Directa               | El volumen de compras y el número de proveedores que tenemos supone un impacto significativo en el desarrollo de los proveedores locales.  |
| Comportamiento empresarial ético y responsable (GRI 205)                | Fuera y dentro de la organización | Directa               | Tener un comportamiento empresarial ético y responsable es prioritario para nuestros grupos de interés, adoptando medidas para luchar contra la corrupción y el soborno.   |
| Ecodiseño de envases y uso de materiales más sostenibles (GRI 301)      | Fuera y dentro de la organización | Directa e indirecta   | La fabricación, uso y disposición de envases y embalajes puede tener un impacto importante en el medio ambiente. Por ello, optimizar el consumo de materiales y velar por integrar criterios de sostenibilidad es fundamental para nuestros clientes y la sociedad en general.   |
| Huella de carbono (GRI 305)   | Fuera de la organización          | Directa e indirecta   | El impacto en la salud humana y en el clima que las emisiones de gases de efecto invernadero producen es uno de los grandes problemas ambientales actuales y de mayor relevancia para los distintos grupos de interés.   |
| Sostenibilidad en la cadena de suministro (GRI 308-414)                 | Fuera de la organización          | Directa e indirecta   | Gestionar de forma responsable la cadena de proveedores, introduciendo criterios sociales, ambientales y éticos favorece la implantación de políticas de responsabilidad en toda la cadena de valor.   |
| Empleos estables y de calidad (GRI 401)                                 | Fuera y dentro de la organización | Directa               | La estabilidad y calidad del empleo son claves en una organización como EROSKI, en la que muchas personas trabajadoras son también propietarias de la cooperativa y en la que hay más de 30.000 empleados directos.  |
| Salud y seguridad en el trabajo (GRI 403)                               | Dentro de la organización         | Directa               | Las personas trabajadoras es uno de nuestros grupos de interés prioritario, por ello, prevenir los riesgos laborales y promover la salud y seguridad de los trabajadores/as es un aspecto fundamental en la organización.  |
| Diversidad, igualdad de oportunidades y no discriminación (GRI 405-406) | Fuera y dentro de la organización | Directa               | Disponer de políticas de no discriminación y promover un entorno laboral inclusivo basado en la diversidad, la multiculturalidad y la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres es un compromiso fundamental de nuestra organización.  |
| Apoyo a iniciativas de acción social (GRI 413)                          | Fuera de la organización          | Directa               | Participar activamente en la sociedad mediante programas de acción social que contribuyan al desarrollo económico y social de las comunidades donde operamos es un principio fundamental de la cooperativa.  |
| Productos más saludables (GRI 416)                                      | Fuera y dentro de la organización | Directa e indirecta   | Como empresa de distribución alimentaria, garantizar la calidad y seguridad de todos los productos junto con nuestros proveedores es crítico para la organización. Disponer de productos más saludables y adaptados a dietas especiales es clave para dar respuesta a las necesidades de nuestros clientes.                |
| Responsabilidad en el marketing y etiquetado (GRI 417)                  | Fuera y dentro de la organización | Directa e indirecta   | Aplicar criterios éticos y de responsabilidad en las comunicaciones de marketing y etiquetado, una atención diferencial y el marketing individualizado tiene una gran relevancia para nuestros clientes.   |