



Memoria 2020

Resumen Ejecutivo





Carta del Presidente

Me van a permitir que comience este mensaje dando las gracias a todas las personas que hacen posible EROSKI. Personas que, individual y colectivamente, han estado a la altura de las demandas de la sociedad, y que lo han hecho con determinación y eficacia, ofreciendo en todo momento lo mejor de sí mismas en beneficio de la comunidad. Para ninguno de nosotros ha sido una sorpresa la calidad de esta respuesta. Pero es imprescindible reconocerlo, sobre todo cuando alcanza este nivel de entrega.

Nos marcamos como máxima prioridad la garantía de la seguridad tanto para los trabajadores como para los clientes. Fue complicado en los primeros momentos, pero terminamos certificando nuestros establecimientos con el sello de *Tienda Más Segura* de Bureau Veritas.

Y mientras tanto debíamos asegurar que, cada día, las tiendas estuvieran bien abastecidas. Toda la cadena de valor ha funcionado de forma excepcional y hemos conseguido dar una respuesta óptima a una demanda acumulada que aumentó significativamente al inicio de la crisis.

La pandemia ha afectado negativamente a diversos colectivos y, por fortuna, hemos podido atender a necesidades acuciantes de muchos de ellos. Así, hemos donado un millón de mascarillas a ayuntamientos y entidades sociales y el equivalente a más de 6,5 millones de comidas a los Bancos de Alimentos, entre otras acciones. El año más complicado tenía que ser el año más solidario.

El consumidor ha cambiado sus hábitos de compra y nosotros hemos querido acompañarle en ese cambio. La innovación y la transformación digital de la que tanto se habla en clave de negocio no es otra cosa que facilitar la vida al cliente, hacer que encuentre productos innovadores, distintos, que tenga una experiencia de compra más satisfactoria, ágil y eficiente. De igual forma, ese consumidor más omnicanal está adquiriendo unos hábitos de consumo más saludables y sostenibles. Para facilitar esta evolución, EROSKI ha ampliado la gama de productos Eco/Bio de marca propia y estamos facilitando el acceso a productos con elevados estándares medioambientales y a productos de cercanía.

Sin solución de continuidad, el año 2021 ya está en marcha, y desde el ámbito corporativo y organizativo EROSKI ha dado pasos para adecuar su estructura a la nueva realidad. Rosa Carabel es la nueva directora general del grupo y estará al frente de un Consejo de Dirección que se amplía e incorpora áreas que resultarán fundamentales para el futuro próximo como las de innovación y desarrollo.

No olvidamos tampoco la hoja de ruta que nos marcan los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas a los que queremos contribuir de forma decidida en virtud de nuestra adhesión al Pacto Mundial en 2002 y que refrendamos anualmente con la actualización de nuestros compromisos de Salud y Sostenibilidad.

Agustín Markaide
Presidente Grupo EROSKI

Hitos de la respuesta a la
COVID-19

Ahora, más que nunca,
"contigo"



<p> Refuerzo del servicio online y de entrega a domicilio con protocolos más seguros.</p>	<p> Esfuerzo y determinación de trabajadores/as. ¡Nuestro orgullo!</p>	<p> Certificado <i>Clean Site</i> de Bureau Veritas en el 100% de las tiendas.</p>	<p> Rapidez en la adaptación a las necesidades concretas de cada tienda.</p>	<p> Lucha contra el desperdicio de alimentos poniendo nuestras tiendas a disposición de los productores locales que han perdido sus canales habituales de comercialización.</p>	<p> Compromiso con los más vulnerables a través de campañas especiales con Cruz Roja y los Bancos de Alimentos.</p>
<p> Implementación de horarios preferentes para colectivos prioritarios.</p>	<p> Refuerzo de los equipos de tienda.</p>	<p> Sistemas de control de aforo y de asistencia a tienda por franjas horarias.</p>	<p> Adaptación de nuestra gama a los nuevos comportamientos de compra de los clientes.</p>	<p> Información para la correcta separación de los nuevos residuos.</p>	<p> 6,5 millones de comidas y 1 millón de mascarillas donadas a personas vulnerables.</p>
<p> Colaboración para facilitar la compra a personas mayores.</p>	<p> Implantación de protocolos de seguridad y 4.000 pantallas de protección.</p>	<p> Comercialización de la primera mascarilla que inactiva el virus de la COVID-19.</p>	<p> Apoyo a los productores locales poniendo en valor los productos locales y de proximidad.</p>	<p> A través de la App EROSKI evitamos los tiques en papel y los contactos.</p>	<p> Colaboración con el comercio local y el sector de restauración con descuentos para nuestros Socios Cliente.</p>
<p> Refuerzo de la comunicación sobre las recomendaciones y la afluencia a las tiendas.</p>	<p> Refuerzo de trabajos de desinfección con 26.000 horas más de limpieza.</p>	<p> Bajada de precios de las mascarillas.</p>	<p> Prevención evitando la manipulación del producto en el embolsado.</p>		
	<p> Servicio telefónico gratuito de asistencia psicológica.</p>				

Un modelo de

empresa singular

Somos el primer grupo de distribución minorista de bienes y servicios de gran consumo de carácter cooperativo en España, el segundo distribuidor de alimentación en la zona norte (desde Galicia a Baleares).



El carácter cooperativo de nuestra sociedad matriz EROSKI S.Coop., compuesta por socios consumidores y trabajadores, supone un enfoque de la actividad desde una triple vertiente: como empresa de distribución, organización de consumidores y proyecto cooperativo.

Nuestro objeto social y características de negocio nos permiten desarrollar un modelo de empresa singular donde primamos la calidad, el mejor servicio a nuestros clientes y el compromiso de fomentar la práctica de un consumo sostenible.

Somos una empresa multiformato que da respuesta a las diferentes necesidades de nuestros clientes. Para ello contamos con un abanico de enseñas que abarcan desde nuestro negocio principal, la alimentación, hasta agencias de viajes, gasolineras, tiendas deportivas, ópticas y seguros.



5.377

millones de euros de facturación



4.807

millones de euros de venta netas en distribución



1,4

millones de euros destinados a proyectos de I+D



72

nuevas aperturas



1.624

establecimientos

1.348

establecimientos vinculados a la alimentación

268

establecimientos de negocios diversificados

1.066

tiendas propias

558

tiendas franquiciadas

Modelo

"contigo"

Calidad, servicio, salud y sostenibilidad.

Nuestro modelo comercial "contigo" sitúa al cliente y sus necesidades en el centro de nuestra estrategia.



Atractivo comercial diferencial, para impulsar una alimentación saludable y sostenible

- Amplitud de gama
- Ahorro
- Especialistas en frescos
- Producción local

✓ Más de 5.000

referencias de marca propia, con 251 nuevos lanzamientos

✓ Más de 326

millones de euros de ahorro transferidos a nuestros clientes

✓ Más de 600

euros al año ahorran nuestros clientes habituales que aprovechan todas las ventajas



Tiendas de nueva generación, para ser la tienda preferida por sus soluciones para los clientes

- Aperturas y transformaciones
- Multiformato
- Modelo de autogestión
- Eficiencia

✓ 92

establecimientos transformados, ya un 70% del negocio alimentario

✓ 34%

más descargas de la App EROSKI

✓ 82%

de crecimiento del negocio online en la zona norte



Relación con los Socios Clientes

- EROSKI Club
- Atención personalizada
- Participación
- Información al cliente y escucha activa

✓ Más de 6

millones de Socios/as Clientes

✓ 720.990

consultas atendidas por nuestro Servicio de Atención al Cliente

✓ 64.200

participantes en procesos de escucha

A nuestros equipos

¡Gracias!

Este año lo más destacado son las personas que hacen EROSKI por su entrega y superación. Todas han dado lo mejor de sí mismas y se han puesto al servicio del colectivo.



No podemos dejar de agradecer a los trabajadores y trabajadoras de EROSKI su dedicación y esfuerzo durante esta pandemia. Han seguido demostrando su profesionalidad y su pasión por el buen hacer incluso en los momentos más difíciles.

La gestión de personas en nuestra organización se caracteriza por la particularidad de que somos trabajadores, pero también propietarios: el 30% de la plantilla son Socios/as Trabajadores/as y participan en la gestión cooperativa de la empresa.



El empleo que creamos sigue nuestro modelo de gestión y nuestro compromiso con los equipos, los clientes y con la propia sociedad, y por eso nos esforzamos para que sea estable y de calidad.

Los ejes de nuestro empleo de calidad

- **Estabilidad**
Más del 74% de los trabajadores con contrato indefinido
- **Solidaridad retributiva**
8,43 abanico salarial en la cooperativa
- **Igualdad**
73% de los puestos de responsabilidad ocupados por mujeres
- **Conciliación**
4.268 personas se acogieron a una reducción de jornada o excedencia
- **Salud y seguridad de nuestros trabajadores**
32.804 horas de formación en prevención de riesgos laborales
- **Desarrollo profesional**
892.000 euros destinados a programas formativos
- **Inserción laboral e innovación social**
924 personas en programas de inserción laboral en colaboración con 142 entidades

Alimentación segura y
saludable

En EROSKI apostamos por una oferta comercial basada en productos que faciliten una alimentación equilibrada y segura, y que, además, cubra los requerimientos nutricionales de colectivos con necesidades específicas, como las personas celiacas.



Realizamos una escucha activa de las necesidades de nuestros clientes y desarrollamos diversas actuaciones para asegurar la calidad de todos nuestros productos, informar de su perfil nutricional y educar en la prevención de determinados problemas de salud vinculados a hábitos alimentarios.



**Alimentación
segura y de calidad**

1.236

auditorías a puntos de
venta y proveedores

15.427

muestras de controles analíticos



**Alimentación
sana y equilibrada**

183

productos de marca propia
reformulados para mejorar su
perfil nutricional

100%

alimentos de marca propia en
tienda con Nutri-Score, más de
1.700 en el envase



**Prevención de
la obesidad infantil**

126.002

escolares formados con el
programa de Educación en
Alimentación y Hábitos Saludables

1.019

colegios participantes



**Atención a las
necesidades
especiales**

3.000

productos sin gluten en la gama,
530 de marca propia

1.600

socios de asociaciones de celiacos
con descuentos adicionales



**Información al
consumidor**

1.372.409

ejemplares impresos de la
revista CONSUMER EROSKI

48

millones de visitas en 2020 a
www.consumer.es

Una
**cadena
de valor**
fortalecida

La incertidumbre y preocupación generalizadas al inicio de la crisis de la COVID-19 generaron incrementos altos en la demanda de ciertos productos de primera necesidad.



Para dar la mejor respuesta ante esas circunstancias aumentamos nuestra capacidad logística y reforzamos nuestros equipos y el aprovisionamiento en nuestras tiendas.

Agradecemos de manera especial el enorme esfuerzo de todas aquellas empresas y personas que forman parte de nuestra cadena agroalimentaria y que han contribuido a garantizar la mejor solución para una sociedad a la que nos debemos más que nunca.

Nuestra política comercial potencia al máximo las economías locales, creando riqueza en el entorno y contribuyendo al desarrollo agroalimentario, económico y social. Por ello, este año hemos querido estar al lado de los productores locales que se han visto afectados por el cierre de la restauración. Así, llevamos a cabo acciones de colaboración especiales con ellos por la COVID-19 en País Vasco, Navarra, Cataluña, Baleares y Galicia.

- ✓ **10.394**
empresas proveedoras
comerciales y de servicios
- ✓ **98%**
del gasto en empresas situadas
en España
- ✓ **2.404**
proveedores comerciales
locales, 59% del total
- ✓ **1.974**
nuevas altas de referencias
locales-regionales, que suponen
ventas por más de 20 millones
de euros
- ✓ **Nuevas
plataformas**
ecoeficientes en Vitoria-Gasteiz
y Barcelona, con certificado
LEED Oro

Compromiso con el

desarrollo sostenible

En EROSKI nuestro compromiso con la sostenibilidad ambiental se integra de forma transversal en toda la organización a través de una Política Ambiental que alinea el respeto al medio ambiente y el bienestar social con nuestros objetivos estratégicos.



Productos más sostenibles con garantía de origen responsable certificado

✓ Más de 1.100

productos ecológicos, 68 de nuestra nueva marca EROSKI Bio, EROSKI Natur Bio y EROSKI Eco

✓ 3.600

toneladas en compras de pescado con certificación de sostenibilidad

✓ 100%

pollo de marca propia con certificado en bienestar animal



Ecodiseño de envases y embalajes para que sean 100% reciclables y reducir un 20% las toneladas de plástico comercializado

✓ 145

acciones de ecodiseño de nuestros envases de marca propia desde 2018

✓ Más de un 30%

de reducción del plástico convencional usado para el envasado de productos frescos en tienda, superando el objetivo del 21% para 2021

✓ 100%

eliminación de bolsas de plástico convencional en la tienda



Tiendas ecoeficientes para reducir un 25% las emisiones de gases de efecto invernadero en 2025

✓ 8%

reducción del consumo energético

✓ 9%

de reducción en emisiones de CO₂

✓ Estrella Lean&Green

por haber reducido más de un 20% las emisiones de CO₂

Hemos superado el 25% y en solo cuatro años



Gestión circular de los residuos para alcanzar el desperdicio cero

✓ 40.017

toneladas de residuos reciclados

✓ Más de 84

toneladas de cápsulas de café recicladas

✓ 11%

reducción de papel en tickets de compra gracias a la App EROSKI

Apoyo y solidaridad

con nuestro entorno

En EROSKI, desde nuestro origen, desarrollamos una acción social diversa para contribuir de manera efectiva a hacer posible una sociedad más justa y solidaria.



Este año, la crisis socio-sanitaria desatada por la COVID-19 ha agravado la situación de necesidad de los más vulnerables. Por ello, además de mantener las colaboraciones habituales con centenares de entidades sociales y de apoyo a la cultura y el entorno local, hemos reforzado nuestras iniciativas solidarias para que las personas más afectadas por la crisis tengan cubiertas sus necesidades básicas de nutrición e higiene.

✓ Más de 14 millones

de euros destinados a fines sociales (88%), a la formación e información de los consumidores (8%) y a la promoción de la sostenibilidad (4%)

✓ 70%

de las aportaciones a acciones sociales han sido de EROSKI y un 30% de nuestros clientes



Acciones solidarias especiales por la COVID-19

✓ Más de 6,5

millones de comidas donadas a los Bancos de Alimentos para alimentar 2.400 familias durante un año

✓ 1 millón

de mascarillas donadas a través de ayuntamientos y entidades sociales

✓ 15.000

Tarjetas Solidarias generadas para canalizar ayudas asistenciales a personas vulnerables



Nuevo Programa Céntimos Solidarios

✓ 1 millón

de euros canalizados a distintas causas

✓ 7

millones de donaciones realizadas por nuestros clientes



Programa Desperdicio Cero

✓ 9

millones de comidas donados a personas en riesgo de exclusión social

✓ Más de 4.600

toneladas de alimentos no desperdiciadas



Apoyo a las familias

✓ 12.000

familias numerosas se han beneficiado de un ahorro de más de 1,4 millones de euros



1 Nos implicamos con la seguridad alimentaria



2 Promovemos una alimentación equilibrada



3 Prevenimos la obesidad infantil



4 Atendemos las necesidades nutricionales específicas



5 Favorecemos un consumo responsable



6 Ofrecemos más productos locales



7 Facilitamos comer bien a buen precio



8 Actuamos desde la escucha, con claridad y transparencia



9 Nos cuidamos como trabajadores



10 Impulsamos un estilo de vida más saludable





Accede aquí para ver nuestra
Memoria y Estado de
Información No Financiera 2020:
memoria.eroski.es

