



FUNDACIÓN EROSKI

**MEMORIA DE ACTIVIDADES 2020 Y
PLAN DE ACTUACIÓN 2021**

Fecha: 15/04/2021

Versión: 1

Contenido

Contenido	2
1. FUNDACIÓN EROSKI	3
1.1. Origen de la Fundación	3
1.2. Misión	3
1.3. Estructura organizativa	3
1.4. Actividades de la Fundación	10
1.5. Contacto	10
2. MEMORIA DE ACTIVIDAD 2020	11
2.1. Productos informativos	11
2.1.01. Identificación de la actividad	11
2.1.02. Descripción detallada de la actividad	11
2.1.03. Objetivos e indicadores	12
2.2. Formación del consumidor.....	12
2.2.01. Identificación de la actividad	12
2.2.02. Descripción detallada de la actividad	13
2.2.03. Objetivos e indicadores previstos	14
3. PLAN DE ACTUACIÓN 2021	15
3.1. Productos informativos	15
3.1.01. Identificación de la actividad	15
3.1.02. Descripción detallada de la actividad	15
3.1.03. Recursos humanos previstos.....	16
3.1.04. Beneficiarios o usuarios previstos.....	16
3.1.05. Objetivos e indicadores previstos	16
3.3. Formación del consumidor.....	17
3.3.01. Identificación de la actividad	17
3.3.02. Descripción detallada de la actividad	17
3.3.03. Beneficiarios o usuarios previstos.....	18
3.3.04. Objetivos e indicadores previstos	18

1. FUNDACIÓN EROSKI

1.1. Origen de la Fundación

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

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

1.2. Misión

La Fundación tiene por objeto:

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

1.3. Estructura organizativa

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

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

Patronato de la Fundación Eroski

Cargo en el Patronato	PRESIDENTE	
Nombre	AGUSTIN MARKAIDE SORALUCE	
Cargo fuera de la Fundación EROSKI	Presidente del Grupo EROSKI	
Perfil académico	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en Ciencias Empresariales • Licenciado en Derecho 	
Perfil profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Su trayectoria profesional se ha desarrollado en empresas cooperativas del grupo Mondragón, inicialmente en empresas agroalimentarias y en el ámbito de la consultoría. • En 1991 se incorpora a EROSKI. • En 2001 asume la Dirección General del Grupo EROSKI • En 2011 es elegido presidente del Grupo EROSKI, cargo que ocupa en la actualidad. • Es miembro del Consejo General de Mondragón. • Preside la alianza de distribuidores europeos AGECORE. • Pertenece a diversas asociaciones empresariales, entre ellas al Consejo Directivo de AECOC y al Consejo de APD Norte. • Ha sido presidente del Congreso de Mondragón, desde 2009 hasta 2014. 	

Cargo en el Patronato	SECRETARIA	
Nombre	LEIRE MUGERZA GARATE	
Cargo fuera de la Fundación EROSKI	<ul style="list-style-type: none"> • Presidenta del Consejo Rector de EROSKI • Profesional en la enseñanza 	
Perfil académico	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniería Técnica Industrial de Mondragon. Especialidad: Mecánica (Sistemas de Organización) • 2001-2002 MBA Master en Dirección de Empresas Cooperativas (Otalora) 	

<p>Perfil profesional (Leire Mugerza, Secretaria del Patronato)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 2012 – Actualidad. Presidente del Consejo Rector de Eroski S. Coop y vocal de la Comisión Permanente de la Corporación Mondragon • 2010 marzo-Actualidad. Profesional enseñanza Leia Artibai y vocal en Azaro Fundazioa • Enero 2007- Marzo 2010. Directora de Leia Artibai Ikastetxea y Presidenta de Azaro Fundazioa. Descargos en Consejo rectores, Comisión ejecutiva y Consejo Rector. • Octubre 2006-2007. Eika S. Coop. Nombrada Directora Industrial y de sistemas del Grupo Eika. Grupo Eika (Etxebarria, Chequia, México y Polonia). • Marzo 2003-mayo 2007. Eika S. Coop. Presidenta del Consejo Rector. También asume funciones de presidenta del Consejo Social. • Enero 2003. Eika S. Coop. Directora de Calidad y Sistemas de Grupo. • Junio 2001 Eika S. Coop. Directora de Calidad y parte del Consejo Dirección. • Octubre 2000-junio 2001. Eika S. Coop. Responsable de Sistemas de Gestión (No existe un director de calidad, dependiendo de gerencia). • Julio 99-Septiembre 2000. Eika S. Coop. Técnico de Mejora Continua.
--	---

Cargo en el Patronato	VOCAL	
Nombre	MIKEL LARREA AZPEITIA	
Cargo fuera de la Fundación EROSKI	Director de Comunicación y Relaciones Corporativas del Grupo EROSKI	
Perfil académico	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales 	
Perfil profesional	<ul style="list-style-type: none"> • 29 años de carrera profesional en EROSKI ocupando durante 21 de ellos cargos de responsabilidad en el área Logística y durante 8 la Secretaría General del Grupo. Actualmente Director de Comunicación y Relaciones Corporativas. • Presidente la Confederación Española de Cooperativas de consumo HISPACOOP. • Vocal de la Confederación de Cooperativas del País vasco y del Consejo Superior de Cooperativas. • Vicepresidente de ERKAR-LAN. • Miembro del patronato y del Comité Ejecutivo del Basque Culinary Center. • Miembro del patronato del centro tecnológico AZTI. • Miembro del Consejo Rector de Leartiker. • Miembro del Consejo Consultivo de la AESAN. 	


Cargo en el Patronato	VOCAL
Nombre	GOTZON ELIZBURU OSA (<i>independiente</i>)
Cargo fuera de la Fundación EROSKI	Jubilado
Perfil académico	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en Diseño Industrial • Máster en Dirección Empresas Cooperativas por Mondragón Unibertsitatea
Perfil profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Director de Compras y de Alianzas Comerciales en EROSKI, que me han permitido trabajar en la búsqueda de acuerdos con empresas multinacionales, también con pequeños productores locales, y con otras empresas de distribución europeas dentro de la Alianza; unas relaciones con sensibilidades distintas sobre aspectos relacionados con la economía, la salud, o el medio ambiente. • Miembro entre 2012 y 2015 del Consejo Rector de EROSKI, en representación de los socios trabajadores, y representante del mismo como patrono en la Fundación. Ello me ha servido para entender y alinear mejor los intereses propios de la Cooperativa y de la Fundación. • Presidente entre 2005 y 2015 del Comité de Marketing y Comercialización en AECOC, lo que ha servido para entender en profundidad los intereses prioritarios de fabricantes y distribuidores, y la necesidad del trabajo en común para mejorar la satisfacción de los consumidores. • Miembro entre 2010 y 2015 de la Junta Directiva del Cluster Alimentación de Euskadi, lo que me ha hecho entender de manera cercana y con mayor empatía las problemáticas y necesidades de la Pymes locales.

Cargo en el Patronato	VOCAL	
Nombre	FÉLIX MARTÍN GALICIA (<i>independiente</i>)	
Cargo fuera de la Fundación EROSKI	Secretario General de la Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOOP)	
Perfil académico	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid. 	

<p>Perfil profesional</p> <p>(Félix Martín Galicia, Vocal)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ha desarrollado buena parte de su trayectoria profesional en Hispacoop. Actualmente es el Secretario General de esta organización desde 2010. Anteriormente ocupó los puestos de Secretario Técnico y de Responsable de Relaciones Institucionales. • Vicepresidente del VI Consejo de Consumidores y Usuarios. • Representante del Consejo en el Consejo Económico y Social. • Ha representado al Consejo en numerosos organismos e instituciones como el Comité Asesor de Telecomunicaciones del Mº Obras Públicas y Transportes, el Consejo Consultivo de la Electricidad, etc.. • Es vocal del Consejo de Consumidores y portavoz de HISPACOOOP en este órgano desde 1996. • Fue Secretario General de la Fundación Madrid-Sur desde 2000 hasta 2004.
---	--

Cargo en el Patronato	VOCAL	
Nombre	M. ASUNCIÓN BASTIDA SAGARZAZU	
Cargo fuera de la Fundación EROSKI	Directora Comercial Adjunta y de Producto Local del Grupo EROSKI	
Perfil académico	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Deusto. Especialidad financiera, finalizada en la escuela superior de comercio de Brest en Bretaña, Francia. 	
Perfil profesional	<ul style="list-style-type: none"> • 2014 - Actualidad. Ocupa la Dirección Comercial Adjunta y de Producto Local del Grupo EROSKI. • 2008 – 2013. Directora de Procesos y Sistemas de Punto de Venta dentro del área de Procesos y Sistemas del Grupo EROSKI. • 2004 – 2008. Responsable de Personas de Hipermercados E6000 del Grupo EROSKI. • 1998 – 2004. Responsable Regional de Personas de Hipermercados E6000 del País Vasco. • 1996 – 1998. Jefe de Área de No Alimentación en el hipermercado de EROSKI de Azkoitia. • 1995 – 1996. Responsable de Sección en Kiabi, cadena de distribución de moda francesa. 	

Cargo en el Patronato	VOCAL	
Nombre	GABRIELA JARA GONZÁLEZ MÁRQUEZ (<i>independiente</i>)	
Cargo fuera de la Fundación EROSKI	Directora de Comunicación, RSC, RRll y área de clientes en Vegalsa	

Cargo en el Patronato	VOCAL	
Nombre	SONIA ORTUBAY BALANZATEGUI	
Cargo fuera de la Fundación EROSKI	<ul style="list-style-type: none"> • Directora Gerente de ABANTAIL S.Coop. • Secretaria del Consejo Rector de EROSKI 	
Perfil académico	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniería Superior por la ÉCOLE NATIONALE SUPÉRIEURE DE MÉCANIQUE de NANTES, Francia. Especialidad Mecánica, opción Informática. • Ingeniería Técnica por la MONDRAGON GOI ESKOLA POLITEKNIKOA, MGEP, de MONDRAGON UNIBERTSITATEA. Especialidad: Mecánica. Opción: Diseño y Construcción de Máquina-Herramienta 	
Perfil profesional	<ul style="list-style-type: none"> • 2008-actualidad. Directora Gerente de ABANTAIL S.Coop. • 2010-actualidad. Vocal del Consejo Rector de ISEA S.Coop., centro de innovación y emprendimiento de carácter privado y sin ánimo de lucro especializado en el sector de los Servicios Empresariales integrado en la división MISE de la Corporación MONDRAGON. • 2003: LKS S.Coop.: miembro del primer Consejo Social de la cooperativa. • 2004-2008. Cofundadora y codirectora de la spin-off ABANTAIL S.L. • 1996-2004. LKS S.Coop. - Consultora en el área de Procesos y Tecnologías. • 1994-1996. FAGOR SISTEMAS S.Coop. - Consultora en Organización de Producción. • 1991-1996. FAGOR SISTEMAS S.Coop. - Consultora en Gestión de Producción. • 1988-1989. Compaginando con los estudios de Ingeniería Técnica, profesora de sistemas CAD en IRAUNKOR (Centro de Formación Continua) de MONDRAGON GOI ESKOLA POLITEKNIKOA. • 1986-1989: Vocal del Consejo Rector de MONDRAGON GOI ESKOLA POLITEKNIKOA “Jose M^a Arizmendiarieta” S.Coop. como representante de alumnos. Período de cuatro años entre las asambleas de diciembre de 1985 y enero de 1990. 	

Director General

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

Cargo en la Fundación EROSKI	DIRECTOR GENERAL	
Nombre	ALEJANDRO MARTÍNEZ BERRIOCHOA	
Cargo fuera de la Fundación EROSKI	<ul style="list-style-type: none"> • Director de Salud, Sostenibilidad y Calidad de EROSKI 	
Perfil académico	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en Derecho • Doctor en Filología Hispánica 	
Perfil profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Ha desarrollado toda su carrera profesional en el sector de la distribución comercial, desde 1995 en Centros Comerciales Continente, y a partir de 1997 en EROSKI. En estas más de dos décadas de andadura profesional ha ocupado diversas responsabilidades: Responsable de Marcas Propias, Director de Textil y Director de Compras, hasta su posición actual como Director de Salud y Sostenibilidad en el Área de Marketing Estratégico y Director General de la Fundación EROSKI. • Ha sido Vicepresidente de Intercoop Ltd. (central de compras internacional, que da servicio a distribuidores líderes en los países escandinavos e Italia, además de a EROSKI). • Presidente de la Federación de Cooperativas de Consumo de Euskadi (FECOE). • Consejero en el Consejo Superior de Cooperativas de Euskadi (CSCE). • Vocal en la Confederación de Cooperativas de Euskadi (Konfekoop) • Vicepresidente de Elkar Lan S. Coop. (para la promoción del cooperativismo). • Miembro del Comité Ejecutivo de la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas. • Miembro del Consejo Asesor de la Revista de Responsabilidad Social de la Empresa. • Miembro del Consejo Económico y Social de Euskadi. • Miembro de la comisión de Responsabilidad Social de AECA • Miembro del Comité Ejecutivo del Basque Ecodesign Center. 	

1.4. Actividades de la Fundación

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

- (i) **Productos Informativos:** Edición de la revista Eroski Consumer y elaboración de contenidos digitales relacionados con la difusión de información en materia de consumo dirigidos al público en general con carácter gratuito.
- (ii) **Formación del Consumidor:** Lanzamiento de distintas iniciativas dirigidas a la formación al público en general en materia de consumo responsable.

1.5. Contacto

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

2. MEMORIA DE ACTIVIDAD 2020

A continuación, se detallan las actividades desarrolladas en el ejercicio 2020:

2.1. Productos informativos

2.1.01. Identificación de la actividad

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

2.1.02. Descripción detallada de la actividad

1. Concepción, desarrollo, redacción, maquetación, impresión y distribución de la revista impresa Eroski Consumer, que ha contado con una tirada mensual de una media de 126.000 ejemplares por número. Se trata de una revista de información al consumidor, que ofrece contenidos informativos (reportajes, artículos, investigaciones, comparativos, consultorio, entrevista) sobre temas variados (alimentación, seguridad alimentaria, salud, Derecho, economía, bebé, mascotas, nuevas tecnologías, solidaridad y medio ambiente).
2. Concepción, desarrollo, redacción, maquetación y gestión digital de contenidos de información al consumidor que se integran en el portal de consumo www.consumer.es. Se trata de un portal gratuito de información al consumidor, que ofrece contenidos de los temas anteriores, a los que se añade el Camino de Santiago.

3. Dinamización de contenidos de información al consumidor y de participación de consumidores a través de los perfiles habilitados a tal efecto en redes sociales (Facebook y Twitter).
4. Dinamización de contenidos de información al consumidor a través de aplicaciones móviles desarrolladas para dispositivos de movilidad (tabletas y teléfonos inteligentes).

2.1.03. Objetivos e indicadores

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

Objetivos	Indicador	Previsto	Realizado
Beneficiarios (totales)	Visitas Web+lectores	38.437.500	51.371.518
Audiencia (visitas)	Visitas portal web	35.000.000	47.934.018
Audiencia de residentes en España (visitas)	Visitas portal web de residentes en España	17.500.000	14.198.410
Audiencia revista impresa (lectores)	Número de lectores	3.437.500	3.437.500

2.2. Formación del consumidor

2.2.01. Identificación de la actividad

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

2.2.02. Descripción detallada de la actividad

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

Asimismo, se ha continuado con el programa de actuación en centros escolares “Energía para crecer”, que promueve la alimentación equilibrada y los hábitos saludables como el ocio activo en los escolares de primaria de nuestro país. Para ello, se ha actualizado el material para su utilización en el aula, con una profunda digitalización. La ejecución de los talleres presenciales se ha visto altamente perjudicada por la pandemia de la COVID-19, y no se han podido llevar a cabo por implicar presencia física. El programa cuenta con importantes aliados como Unicef, Fundación Española del Corazón, Basque Culinary Center y WWF (para los aspectos relativos a la alimentación considerada como derecho de la infancia y para los aspectos relativos a la sostenibilidad medioambiental, respectivamente), así como otros recursos para los centros escolares que han decidido adherirse al programa. El resultado de este plan ha sido altamente satisfactorio, con múltiples centros escolares adheridos y miles de escolares formados. La lista de galardones obtenidos por el programa educativo es notable: ha sido reconocido como parte de las buenas prácticas en innovación social y sostenibilidad con el Premio BTEM 2019, galardón que se suma a los recibidos en años anteriores: finalista en los IX Premios Corresponsables en 2018; “Mejor campaña de comunicación de RSC con sociedad civil” de la II Edición de los Premios OCARE (Observatorio de la Comunicación y la Acción de la Responsabilidad Empresarial) en 2017; y a la más de media docena de reconocimientos y premios obtenidos desde 2013.

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

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

- Destacan el Basque Culinary Center, con la que hemos desarrollado parte de nuestro Programa Educativo “Energía para crecer”.
- También hemos continuado con diversos acuerdos y convenios: Convenio de Colaboración con Ikastolen Elkartea; Federación de diabéticos de España (FEDE); Instituto de Estudios Catalanes (CCNIEC). Estos convenios nos han permitido extender nuestras actividades de promoción de la salud a diferentes públicos, especialmente el público infantil.

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

2.2.03. Objetivos e indicadores previstos

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

Objetivos	Indicador	Previsto	Realizado
Usuarios de las campañas formativas	Número de consumidores	70.000	70.000
Escolares participantes en el Plan Educativo a través de sus centros escolares	Número de alumnos	400.000	118.350
Convenios de colaboración con entidades	Número de entidades	5	3

3. PLAN DE ACTUACIÓN 2021

Fundación Eroski, con fecha 14 de enero de 2021, sometió a aprobación de los miembros de su Patronato el presente Plan de Actuación 2021, conforme al formato y modelo establecido por el Real Decreto 1491/2011, de 24 de octubre, por el que se aprueban las normas de adaptación del Plan General de Contabilidad a las entidades sin fines lucrativos y el modelo de plan de actuación de las entidades sin fines lucrativos.

3.1. Productos informativos

3.1.01. Identificación de la actividad

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

3.1.02. Descripción detallada de la actividad

1. Concepción, desarrollo, redacción, maquetación, impresión y distribución de la revista impresa Consumer Eroski, que cuenta con una tirada mensual (11 números anuales, ya que no se realiza en agosto) de unos 125.000 ejemplares al mes. Se trata de una revista de información al consumidor, que ofrece contenidos informativos (reportajes, artículos, investigaciones, comparativos, consultorio, entrevista) sobre temas variados (alimentación, seguridad alimentaria, salud, Derecho, economía, bebé, mascotas, nuevas tecnologías, solidaridad y medio ambiente) en materia de consumo.
2. Concepción, desarrollo, redacción, maquetación y gestión digital de contenidos de información al consumidor que se integran en el portal de consumo www.consumer.es. Se trata de un portal gratuito de información al consumidor,

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

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

3.1.03. Recursos humanos previstos

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

Recursos humanos	Previsto*
Personal asalariado	0
Personal con contrato de servicios	9
Personal voluntario	0

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

3.1.04. Beneficiarios o usuarios previstos

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

Productos informativos	Previsto
Beneficiarios (consumidores)	51.437.500
• Lectores	3.437.500
• Usuarios Web	48.000.000

3.1.05. Objetivos e indicadores previstos

Finalmente, se han previsto los siguientes objetivos e indicadores:

Objetivos	Indicador	Previsto
Audiencia (visitas)	Visitas portal web	48.000.000
Audiencia revista impresa (lectores)	Número de lectores	3.437.500

3.3. Formación del consumidor

3.3.01. Identificación de la actividad

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

3.3.02. Descripción detallada de la actividad

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

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

Se prevé la participación de al menos 250.000 escolares en la totalidad de esta actividad, reduciendo el alcance habitual por causa de la pandemia de COVID-19, que está complicando la actividad en los centros educativos.

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

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

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

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

Recursos humanos	Previsto*
Personal asalariado	0
Personal con contrato de servicios	5
Personal voluntario	0

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

3.3.03. Beneficiarios o usuarios previstos

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

Productos informativos	Previsto
Beneficiarios (consumidores)	250.000
A. Escolares adheridos vía centro escolar al plan educativo	250.000
B. Entidades (vía convenios)	2

3.3.04. Objetivos e indicadores previstos

Finalmente, se han previsto los siguientes objetivos e indicadores:

Objetivos	Indicador	Previsto
Escolares participantes en el Plan Educativo a través de sus centros escolares	Número de alumnos	250.000
Convenios de colaboración con entidades	Número de entidades	2