

Nuevo marco estratégico 2026-2030**EROSKI RENUEVA SUS COMPROMISOS Y CONSOLIDA SU
MODELO COOPERATIVO EN SALUD, ENTORNO, PERSONAS Y
SOSTENIBILIDAD**

- **La cooperativa actualiza su hoja de ruta estratégica tras el ciclo iniciado en 2018, reforzando un modelo que integra salud, sostenibilidad y competitividad.**
- **El nuevo marco impulsa la alimentación saludable, el apoyo al tejido agroalimentario local, el desarrollo de las personas y la reducción del impacto ambiental.**
- **La gobernanza cooperativa, con participación de personas consumidoras y trabajadoras, orienta la estrategia hacia la creación de valor compartido.**

Elorrio, 2 de marzo de 2026.- [EROSKI](#) ha presentado la renovación de sus “5 Compromisos Contigo”, una evolución natural de los 10 Compromisos por la Salud y la Sostenibilidad lanzados en 2018. Con este nuevo marco 2026-2030, la cooperativa actualiza su hoja de ruta estratégica y reafirma su propósito de integrar salud, sostenibilidad y valor compartido en su modelo empresarial, fiel a su esencia como empresa de distribución de base cooperativa.

Los nuevos compromisos se articulan en torno a cinco ejes que forman parte estructural de su estrategia: fomentar la alimentación saludable; generar riqueza local y solidaridad en el entorno; promover la satisfacción y el desarrollo de las personas trabajadoras; escuchar e informar a las personas consumidoras; y mejorar la sostenibilidad ambiental.

La renovación se produce tras el balance del ciclo anterior, en el que EROSKI ha avanzado de forma estructurada en la mejora del perfil nutricional de su marca propia, la implantación de sistemas de información al consumidor como Nutri-Score, el impulso al producto local, el ecodiseño de envases, la reducción del desperdicio alimentario y la mejora de la eficiencia energética y logística de su red comercial.

“En EROSKI entendemos nuestros Compromisos como una responsabilidad inherente a nuestra condición de cooperativa de personas consumidoras. Hemos avanzado en la mejora del perfil nutricional de nuestra marca propia, en la educación alimentaria de miles de escolares, en el impulso al tejido agroalimentario local y en la reducción del impacto ambiental de nuestra actividad. Estos avances reflejan un modelo que integra salud, sostenibilidad y competitividad desde la gestión ordinaria del negocio. El horizonte 2030 refuerza esa vocación de seguir contribuyendo a una sociedad más saludable, más

**EROSKI - Dirección de Comunicación
Corporativa**

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214 comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO - Agencia de Prensa
Silvia Peralta

Tel: 917 379 950

*informada y más sostenible”, señaló **Alejandro Martínez Berriochoa, director de Salud y Sostenibilidad de EROSKI y director general de Fundación EROSKI.***

Resultados que consolidan el compromiso

Una alimentación responsable, además de saludable y equilibrada, debe ser accesible y sostenible. Actualmente, el 78% de las ventas de alimentos y bebidas de EROSKI corresponde a categorías alineadas con la pirámide nutricional, un porcentaje que continúa ganando peso año a año. Este resultado refleja el trabajo sostenido en la mejora de la composición de los productos, la reformulación de referencias y la apuesta por una información clara y transparente que facilite decisiones de compra más saludables.

En el último curso escolar, más de 213.000 escolares participaron en programas educativos impulsados por Fundación EROSKI para la prevención de la obesidad infantil. Asimismo, cientos de miles de personas consumidoras aprovechan cada año los contenidos informativos, recomendaciones y ventajas promocionales vinculadas a hábitos de vida saludables a través de EROSKI Club.

En el apartado ambiental, EROSKI ha avanzado de forma estructural en la reducción del impacto de su actividad y de sus productos. La mejora de la eficiencia energética en tiendas y plataformas logísticas, la optimización de procesos y la progresiva descarbonización de su actividad forman parte de una hoja de ruta alineada con el objetivo de neutralidad climática en 2050, respaldada en 2025 por la obtención de su tercera Estrella Lean & Green tras acreditar una reducción del 35% de las emisiones logísticas desde 2015.

A ello se suma el impulso al ecodiseño de envases y la mejora de la reciclabilidad de la marca propia, con más de 600 referencias rediseñadas desde 2020, la eliminación de la grasa de palma en su marca propia y la ampliación de certificaciones que garantizan el origen sostenible y el bienestar animal. En el ámbito de la economía circular, la cooperativa continúa reforzando la prevención y la donación de excedentes alimentarios; solo en el primer semestre de 2025 evitó el desperdicio de más de 10.700 toneladas de alimentos, equivalentes a 43 millones de comidas.

El desarrollo social y económico del entorno forma igualmente parte esencial de sus compromisos. EROSKI impulsa una amplia oferta de productos locales, especialmente de pequeñas y medianas empresas, y acompaña a las familias productoras para mejorar la eficiencia y sostenibilidad de sus procesos. En 2025, el Programa de Acompañamiento a Proveedores alcanzó a 394 empresas, con más de 4.500 horas de formación en sostenibilidad, fortaleciendo la competitividad del tejido agroalimentario.

EROSKI - Dirección de Comunicación

Corporativa

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO - Agencia de Prensa

Silvia Peralta

Tel: 917 379 950

Desde su responsabilidad como agente social, la dimensión solidaria continúa siendo estructural en el modelo cooperativo. Durante 2025, el Plan de Solidaridad canalizó más de 25 millones de euros hacia fines sociales, beneficiando a más de 280.000 personas a través de 332 entidades, devolviendo a la sociedad parte de los resultados empresariales a través de la Fundación EROSKI.

Asimismo, EROSKI mantiene un diálogo continuo con las personas consumidoras para conocer sus necesidades y ofrecer el mejor servicio en tienda y en sus canales de contacto. En el último año atendió cerca de 475.000 consultas, con un índice de resolución superior al 90%, consolidando su posicionamiento como referente en información y atención al cliente en el sector.

Con la renovación de sus “5 Compromisos Contigo”, EROSKI reafirma su vocación de integrar competitividad, salud, entorno y sostenibilidad desde la singularidad de un modelo cooperativo que sitúa a las personas en el centro.

Acerca de EROSKI

EROSKI es uno de los grupos de distribución líderes del norte del mercado español — desde Galicia a Baleares — con una cuota de mercado del 12,7 % en dicha zona; siendo líder en País Vasco, Navarra, y Galicia y colíder en Baleares. Su red comercial, a cierre del 2024, se eleva a 1.502 establecimientos, entre supermercados, hipermercados, cash & carry y supermercados online; además de gasolineras, tiendas de deporte y otros negocios no alimentarios. Asimismo, cuenta con más de 6,4 millones de Socios Clientes y más de 27.600 personas integran su plantilla, de las cuales cerca de 9.000 son socias propietarias.

EROSKI - Dirección de Comunicación

Corporativa

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214 comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO - Agencia de Prensa

Silvia Peralta

Tel: 917 379 950