

Bazkide kontsumitzaileekin egindako jardueren memoria

Memoria de actividades con personas *socias consumidoras*



2025

Parte-hartzearen esparrua

Marco de participación

En 2025 se ha estructurado el trabajo en torno a un **conjunto de actividades** diseñadas para responder al compromiso con la participación real de las personas socias consumidoras y orientadas a la mejora organizativa y societaria.

Este modelo integra cinco objetivos base:

Conoce

Información, transparencia, educación.

Opina

Opinión estructurada, encuestas, valoraciones.

Debate

Diálogo guiado, contraste, análisis.

Decide

Espacios democráticos y órganos societarios.

Experimenta

Prueba real de productos, servicios o formatos.

Plangintza eta burutzapena

Planificación y ejecución

En 2025 se planificaron **diferentes actividades** distribuidas en todo el año:

56

Actividades realizadas

La experiencia acumulada hace visibles los principales **retos a abordar**:

- Incrementar la visibilidad de las actividades desde una estrategia comunicativa más sólida.
- Superar determinadas barreras técnicas para mejorar la eficiencia y el alcance del modelo.

El resultado es **positivo** porque:



Varias actividades se diseñan y activan **por primera vez**.



Más del **50%** se ejecuta en el primer año del modelo.



Se requiere **coordinación inter-áreas, proveedores externos y contactabilidad** con miles de socias consumidoras.

Erabateko parte-hartzea

Participación total

El conjunto de actividades ha generado **más de 29.000 participaciones**, reflejando el interés y la implicación real de las personas consumidoras.

+ de **29.000** participaciones

Lo que significa:



Existe **interés real** por participar cuando se ofrecen formatos adecuados.



La participación no es simbólica: **se movilizan miles de opiniones útiles.**



La base consumerista tiene capacidad de **impactar** en decisiones internas.

Tipologiaren araberako sailkapena

Distribución por tipología

Según su finalidad, las actividades se distribuyen del siguiente modo:



El peso empresarial refleja que la participación **transforma el proyecto**, no solo escucha.



La actividad societaria aporta **legitimidad y participación real**.



La consumerista aporta **datos y criterio** para ajustar decisiones comerciales.

Tipologiaren araberako sailkapena

Actividad societaria

Acciones realizadas:



Asamblea
General



Junta
Preparatoria



Consejo
Consumerista



Comités
Consumeristas



Reuniones
informativas



2030erako konpromisoak berritzea

Renovación de compromisos 2030

Objetivo de la escucha

Eroski realizó en septiembre de 2025 una encuesta online para construir de forma participativa los nuevos **Compromisos 2030**. El propósito fue entender expectativas, necesidades y prioridades de sus grupos de interés en torno a sostenibilidad, salud y aportación social.

A quién se ha escuchado

Se han recogido opiniones de diferentes grupos de interés:

- Personas trabajadoras
- Clientes y consumidores
- Franquiciados
- Proveedores
- Medios
- Especialistas en salud, medio ambiente y acción social

Muestra total:
+ de 5000 respuestas

Principales resultados: los 5 compromisos

De la escucha emergen 5 Compromisos 2030, que ordenan las prioridades señaladas:

C1 · Fomentar la alimentación saludable

C2 · Generamos riqueza local y solidaridad en el entorno

C3 · Escuchamos e informamos a las personas consumidoras

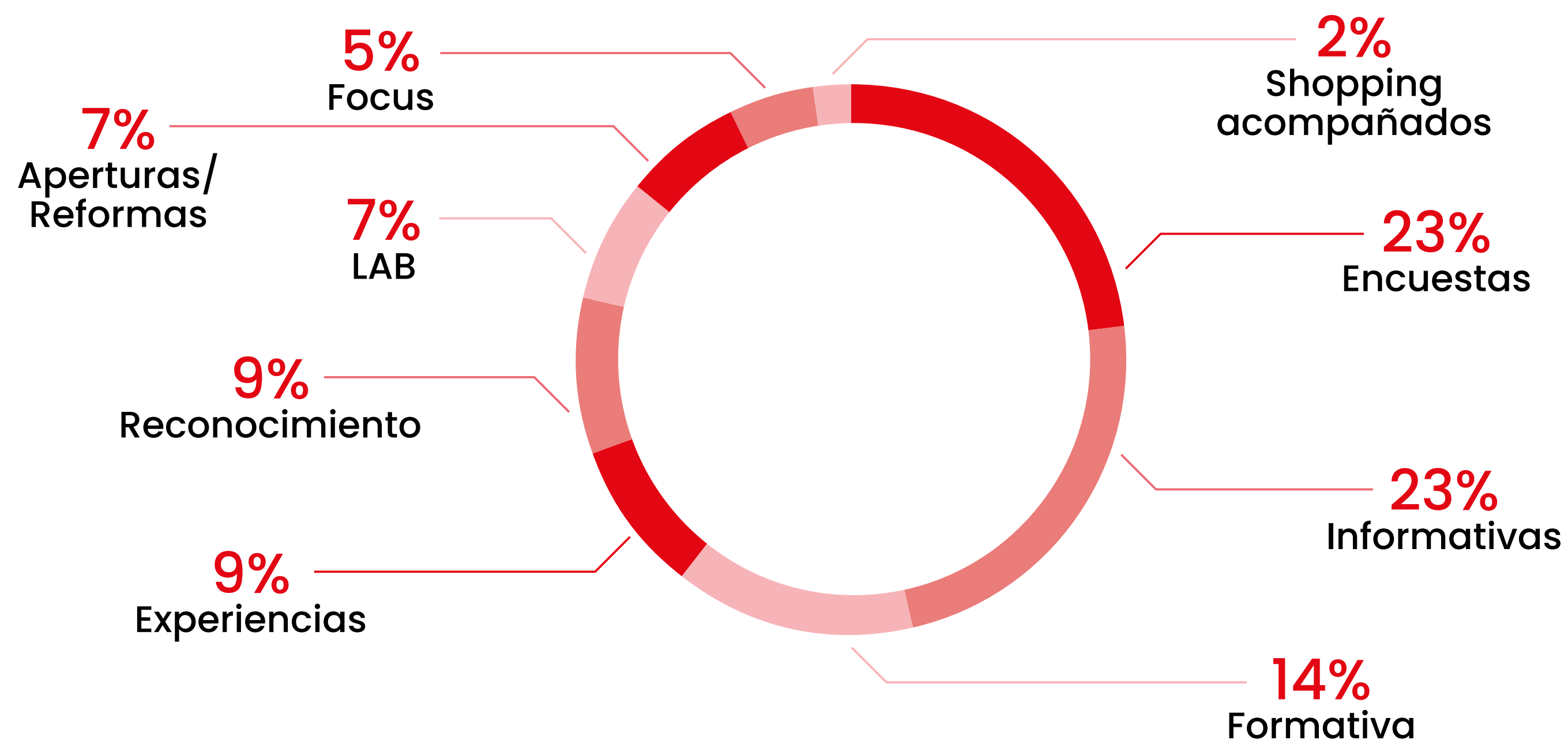
C4 · Promovemos la satisfacción y el desarrollo de las personas trabajadoras

C5 · Mejoramos la sostenibilidad ambiental

Sozietate-jarduerak

Actividades societarias

Acciones realizadas:



Encuestas + Informativas (**46%**) son la **columna vertebral de la transparencia y escucha.**



Focus + LAB (**12%**) habilitan **co-creación e innovación práctica.**



Experiencias + Shopping (**11%**) aportan **observación real del comportamiento del consumidor.**



Reconocimiento (**9%**) refuerza **vínculo emocional.**

Enpresa- eta kontsumo-jarduerak

Actividades empresariales y consumeristas



Junta Preparatoria/Día del Socio

Taller Pan proteico



Visita Sidrería



Visita Salinas de Añana



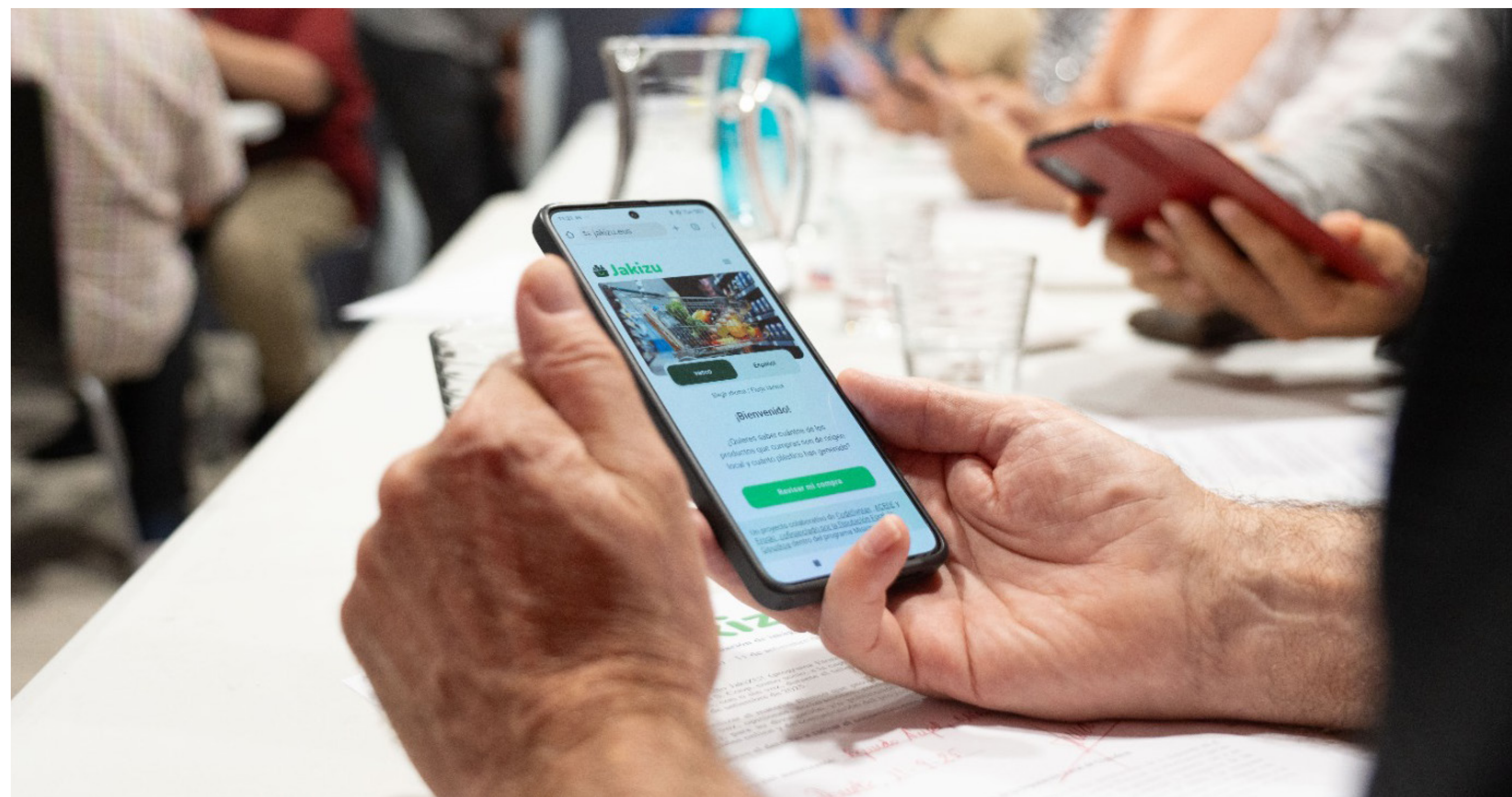
Visita a la fábrica embutidos Arbizu

Enpresa- eta kontsumo-jarduerak

Actividades empresariales y consumeristas



Encuesta sobre proyecto europeo BC3-huevos



Proyecto de compra sostenible

Inkesten ondoren entzuketik eratorritako insight nagusiak

Entzun ondoren irekitzen diren eskaintzei buruzko eztabaidak

Debates en torno a las ofertas surgidas tras la escucha

Precio y percepción de valor



Mejorar la percepción de precio en frescos (pescados, frutos secos, huevos, pan).



Equilibrio entre el precio y los beneficios (sostenibilidad, origen, frescura, calidad).



Oportunidad: comunicar atributos diferenciales y bajadas de PVP cuando existan.

Transparencia y origen



Demandan **etiquetas más claras:** origen, procesos, métodos de cría, impacto ambiental.



Buscan **información en el lineal**, no solo online.



Oportunidad: reforzar cartelería, fichas, QR y mensajes en tienda.

Experiencia en tienda



Se valora **frescura, corte y pesaje**, surtido disponible y **comodidad**.



Se aprecia el papel de **personal experto** (pescadería, carnicería, frutería).



Oportunidad: mejorar disponibilidad de productos y servicios complementarios.

Iraunkortasunari eta entzun ondoren irekitzen diren formatuei buruzko eztabaidak

Debates sobre la sostenibilidad y los formatos tras la escucha

Sostenibilidad (qué piden)



Envases **compostables** o más fáciles de reciclar.



Menos **plástico** en productos frescos.



Información sobre **impacto ambiental**.



Consciencia, pero con **sensibilidad al precio** (no quieren pagar mucho más por lo eco).

Formatos y producto (qué necesitan)



Formatos **pequeños / monodosis**
Para hogares pequeños, personas mayores o consumo puntual.



Granel y a peso
Para comprar solo la cantidad necesaria y evitar desperdicio.



Productos segmentados por edad
P.ej. infantil, senior, deporte, etc.

Oportunidades 2026



Testeo de envases alternativos



Comunicación de impacto y origen



Ajustes de surtido por segmentos

Balorazioa eta ondorioak

Valoración y conclusiones

Valoración 360° del modelo (2025)

Las actividades 2025 han sido evaluadas por tres grupos clave:



Consumidores

4,8 / 5

Valoran positivamente la posibilidad de opinar, conocer y experimentar. Destacan la escucha activa y la claridad de los contenidos.



Áreas internas

4,5 / 5

Resaltan la utilidad de los insights para ajustar producto, surtido, packaging y mensajes. Identifican mejoras en colaboración inter-áreas.



**Equipo de trabajo
(coordinación)**

3,5 / 5

Valoración positiva pero con margen en visibilidad, sistematización del seguimiento y recursos técnicos.

El modelo está muy bien percibido se considera útil, pero se necesita de una mayor coordinación para llegar a su máximo potencial en el 2026.

2025eko ekitaldiak pertsonen parte-hartzea bazkide kontsumitzaileek **informazio baliotsua** ematen dutela erakusten du. Gainera, **eredu kooperatiboa indartzen du, eta antolakuntza eta merkataritza hobetzen laguntzen du.**

El ejercicio 2025 demuestra que la participación de las personas socias consumidoras **aporta información valiosa, refuerza el modelo cooperativo y favorece la mejora organizativa y comercial.**

Durante el año se han recogido:



Mejoras identificadas desde la ejecución de las actividades (visibilidad, seguimiento, coordinación, comunicación).



Aportaciones directas del consumidor sobre **precio/valor, transparencia, sostenibilidad, formatos, comunicación y experiencias.**

Estos aprendizajes nos permiten:



Ajustar la oferta a necesidades reales.



Sistematizar la participación para que tenga retorno.



Dar mayor visibilidad a lo que hacemos.



Impulsar 2026 con un modelo más eficiente y más conectado.

2025ean ikasitakoak erabaki hobeak hartzen eta **kontsumitzaileek** proiektu kooperatiboan duten rola **indartzen** lagunduko digu.

Lo aprendido en **2025** nos ayuda a tomar **mejores decisiones** y a **fortalecer** el rol de las **personas consumidoras** en el proyecto cooperativo.



2025eko bazkide kontsumitzaileekin egindako jardueren memoria

Memoria de actividades con personas socias consumidoras 2025