

***Grupo EROSKI***

***Estado de Información No  
Financiera e Información de  
Sostenibilidad 2025***



# Índice

Carta de la CEO, Rosa Carabel	4
Carta del Consejo Rector de Grupo EROSKI	7
<b>1. Información general</b>	<b>10</b>
1.1. NEIS 2 – Información general	10
1.1.1. Base para la elaboración	10
1.1.2. Gobernanza	17
1.1.3. Estrategia	38
1.1.4. Gestión de impactos, riesgos y oportunidades	62
1.1.5. Parámetros y metas	72
<b>2. Pilar medioambiental</b>	<b>74</b>
2.1. Taxonomía de las finanzas sostenibles	74
2.2. NEIS E1 – Cambio climático	85
2.2.1. Gobernanza	85
2.2.2. Estrategia	85
2.2.3. Gestión de Impactos, riesgos y oportunidades	94
2.2.4. Parámetros y metas	106
2.3. NEIS E3 – Recursos hídricos y marinos	117
2.3.1. Gestión de impactos, riesgos y oportunidades	117
2.3.2. Parámetros y metas	123
2.4. NEIS E5 – Uso de los recursos y economía circular	126
2.4.1. Gestión de impactos, riesgos y oportunidades	126
2.4.2. Parámetros y metas	137
2.5. Biodiversidad	147
<b>3. Pilar social</b>	<b>149</b>
3.1. NEIS S1 – Personal propio	149
3.1.1. Estrategia	149
3.1.2. Gestión de impactos, riesgos y oportunidades	154
3.1.3. Parámetros y metas	168

3.2.	NEIS S2 – Trabajadores de la cadena de valor	183
3.2.1.	Estrategia	183
3.2.2.	Gestión de impactos, riesgos y oportunidades	188
3.2.3.	Parámetros y metas	196
3.3.	NEIS S4 – Consumidores y usuarios finales	197
3.3.1.	Estrategia	197
3.3.2.	Gestión de impactos, riesgos y oportunidades	202
3.3.3.	Parámetros y metas	221
3.4.	Desarrollo del entorno	222
<b>4.</b>	<b>Pilar gobernanza</b>	<b>227</b>
4.1.	NEIS G1 – Conducta empresarial	227
4.1.1.	Gobernanza	227
4.1.2.	Gestión de impactos, riesgos y oportunidades	229
4.1.3.	Parámetros y metas	242
	<b>Anexos</b>	<b>246</b>
	Anexo I. Relación de indicadores de la Ley 11/2018 con la Directiva (UE) 2022/2464 de 14 de diciembre de 2022	246
	Anexo II. Puntos derivados de otra legislación de la UE	251
	Anexo III. Acciones de asociación o patrocinio	254

## Carta de la CEO, Rosa Carabel

Presentamos esta Memoria en un momento especialmente significativo para el Grupo EROSKI. Podemos decir que el ejercicio 2025 marca el cierre definitivo de una etapa que ha condicionado nuestra trayectoria durante casi dos décadas. Han sido 17 años de enorme exigencia, de transformación profunda y de gestión condicionada por un proceso sostenido de desapalancamiento. Un periodo que nos ha obligado a priorizar, a ser más eficientes, a tomar decisiones complejas y a no perder nunca de vista lo esencial: la sostenibilidad del proyecto y el compromiso con nuestro modelo cooperativo.

Hoy podemos afirmar, con confianza, pero también con responsabilidad, que esa etapa ha quedado atrás.

La refinanciación culminada este año supone la normalización definitiva de nuestra estructura financiera. Hemos simplificado la deuda, mejorado su perfil de vencimientos y reducido su coste, generando ahorro y estabilidad a largo plazo. Contamos con el respaldo de instituciones financieras nacionales e internacionales, y la confianza de los mercados cuya evidencia ha sido la emisión del bono realizada en el mes de noviembre, reduciendo a la mitad el coste de la emisión realizada solo dos años atrás. Todo ello muestra la confianza en la evolución del Grupo y en la coherencia de nuestro proyecto.

Nuestra ratio de endeudamiento se sitúa ya en niveles plenamente normalizados y mantenemos el objetivo de situarlo por debajo de dos veces EBITDA en 2027, dentro de una senda de disciplina y prudencia que seguirá guiando nuestra gestión.

Más allá de su dimensión financiera, esta operación simboliza algo más profundo, el final de un ciclo que ha exigido un gran esfuerzo colectivo. Esta nueva situación nos permite mirar al futuro desde una posición de mayor solidez y pasar, definitivamente, del ajuste a la capacidad de inversión y crecimiento, sin olvidarnos, obviamente, de los aprendizajes del pasado que nos han traído hasta aquí.

A este hito se suma la aprobación en la Asamblea General en junio de 2025 de los resultados del ejercicio anterior, que permitió la recuperación anticipada de las reservas negativas individuales de las personas socias trabajadoras generadas en años previos, restableciendo plenamente su posición patrimonial. Un paso relevante para nuestra base cooperativa y para la consolidación patrimonial del Grupo, que refleja la fortaleza de un modelo construido desde la participación y la corresponsabilidad.

Los resultados operativos acompañan este cambio de etapa. Hemos superado los 6.000 millones de euros en ventas y alcanzado los 340 millones de euros de EBITDA, los mejores registros de la última década. Son cifras que no responden a una coyuntura puntual, sino a una dinámica comercial coherente con nuestros valores y apreciada por la clientela en un entorno especialmente competitivo.

### **Creciendo de forma responsable**

El consumidor es hoy más prudente y racional. El precio se ha convertido en uno de los principales filtros de decisión. En este contexto, hemos realizado una apuesta firme y sostenida

por el ahorro, desplegando una intensa actividad promocional y alcanzando los mayores niveles de competitividad en precios de nuestra trayectoria. Este esfuerzo se ha traducido en una mejora clara en los indicadores de percepción de precio y producto local, han sido las variables que más han evolucionado positivamente en nuestras encuestas de satisfacción.

Nuestra marca propia continúa ganando protagonismo como herramienta clave para ofrecer productos con calidad y valores a buen precio. Hemos ampliado el surtido, reforzado su posicionamiento en los lineales y ajustado los precios para trasladar más ahorro a las familias, siempre manteniendo el equilibrio con las marcas de fabricante y una apuesta decidida por los frescos y los productos locales.

En este contexto, seguimos impulsando el producto local, cuya participación en ventas ha vuelto a crecer. Esto nos hace sentir especialmente orgullosos, porque en un mercado donde el precio es tan relevante, estamos consiguiendo que el consumidor perciba el valor del producto cercano, su sabor, sus características nutricionales, así como la riqueza que genera en el entorno. Colaboramos con miles de productores y más de 2.000 pequeños productores agroalimentarios, generando riqueza y arraigo en los territorios donde operamos. Esa proximidad no es una estrategia coyuntural, es parte de nuestra identidad.

El reconocimiento externo refuerza esta evolución. Hemos sido distinguidos, un año más, por la calidad de nuestro servicio y atención al cliente, un mérito que pertenece, sobre todo, a los equipos que cada día están en tienda, escuchando, resolviendo y acompañando a las personas consumidoras. Además, me gustaría destacar nuestros modelos de tienda que igualmente aspiran generar experiencias atractivas en las personas consumidoras.

También hemos continuado creciendo de forma selectiva y disciplinada, combinando aperturas propias y franquiciadas allí donde somos competitivos y aportamos valor. Crecer con sentido y de forma sostenible es una convicción que forma parte de nuestra cultura de gestión.

### **EROSKI desde dentro**

En el ámbito interno, nuestro principal activo sigue siendo las personas. El talento, el compromiso y la capacidad de adaptación de nuestros equipos han sido determinantes en estos años complejos y lo siguen siendo en esta nueva etapa. Contamos con una organización diversa, con un liderazgo cada vez más compartido y con una presencia femenina mayoritaria en puestos de responsabilidad, reflejo de una cultura que apuesta por la igualdad real y el desarrollo profesional.

El avance de nuestro modelo de transformación cultural IMPACTO está consolidando una organización más transversal, participativa y orientada a resultados. Hemos aprendido a escuchar más, a decidir mejor y a construir de forma compartida. Esa experiencia colectiva nos ha hecho más sólidos y nos prepara para afrontar los retos futuros con mayor madurez y cohesión.

La tecnología y la eficiencia son ya palancas estructurales de nuestro modelo. Un ejemplo sería la incorporación de soluciones de analítica avanzada e inteligencia artificial en nuestro día a día, que nos permiten anticipar mejor la demanda, optimizar promociones y reforzar la eficiencia logística. En un sector de márgenes ajustados, cada mejora cuenta y tiene un impacto directo en nuestra capacidad de competir y servir mejor.

Seguimos avanzando también en sostenibilidad ambiental y social, intensificando nuestros esfuerzos en reducción de emisiones, ecodiseño de envases y lucha contra el desperdicio alimentario, y reforzando nuestras capacidades de reporte y cumplimiento normativo. En este marco, mantenemos nuestro compromiso con los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, integrándolos en nuestra estrategia, cultura y operaciones. Crecer, para nosotros, significa hacerlo con impacto positivo y medible en el entorno, y con el compromiso activo de las personas que forman parte de esta organización.

### Compromiso con el futuro

Recientemente hemos presentado los “5 Compromisos Contigo”, que marcarán nuestra forma de actuar en el próximo ciclo estratégico. Fomentar la alimentación saludable, generar riqueza local y solidaridad en el entorno, promover el desarrollo de las personas trabajadoras, escuchar e informar a las personas consumidoras y mejorar la sostenibilidad ambiental son compromisos que conectan con nuestra historia y orientan nuestro futuro.

Afrontamos 2026 con ambición y responsabilidad. Desde una posición financiera ordenada y un negocio sólido, comenzaremos a definir el nuevo ciclo estratégico con plena capacidad para decidir nuestras prioridades y reforzar nuestra competitividad.

Si algo nos ha enseñado este largo periodo es que los proyectos se sostienen en las personas. Nada de lo logrado habría sido posible sin el compromiso de nuestras personas trabajadoras y socias, ni sin la confianza diaria de millones de clientes. A todas ellas quiero trasladar mi agradecimiento sincero.

Comienza una nueva etapa para Grupo EROSKI. La afrontamos con prudencia, con experiencia y con la determinación de seguir construyendo una empresa competitiva, cooperativa y comprometida con la sociedad de la que formamos parte.

Rosa Carabel

CEO del Grupo EROSKI

## Carta del Consejo Rector del Grupo EROSKI

Al hacer balance de 2025, contemplo con orgullo y una profunda emoción colectiva el cierre de una etapa que ha marcado nuestra historia reciente. Ha sido un año de avances sólidos, de compromisos cumplidos y de esfuerzo compartido que reafirman nuestra misión y fortalecen el valor de nuestro modelo cooperativo. Grupo EROSKI ha demostrado, una vez más, que es posible crecer siendo competitivos y sostenibles, sin renunciar a nuestros principios, consolidando nuestra solidez económica y reafirmando nuestro compromiso social y comunitario.

El año 2025 marca el cierre de una etapa muy significativa en la historia de nuestra cooperativa. No es solo el final de un ejercicio positivo. Es la culminación de un camino largo, exigente y profundamente compartido.

En más de 50 años de historia hemos vivido momentos muy distintos. Todo comenzó aquel 1969 en el que nació algo más que una empresa de distribución: nació una forma diferente de entender el consumo, la participación y la responsabilidad compartida. En 1980 dimos un paso decisivo al compartir la propiedad del proyecto con las personas socias trabajadoras, construyendo un modelo basado en la igualdad de derechos y en la corresponsabilidad.

Lo que hoy vemos como natural fue entonces un acto de generosidad y visión de las personas socias consumidoras, compartir un proyecto que funcionaba para hacerlo más fuerte y más nuestro.

Décadas después, en 2013 y 2014, atravesamos uno de los periodos más complejos de nuestra trayectoria. Los resultados del negocio no garantizaban la sostenibilidad del proyecto y tuvimos que adoptar decisiones difíciles que afectaron directamente a las personas socias trabajadoras. Fueron tiempos de esfuerzos extraordinarios, de anticipos y de decisiones que impactaron en el capital individual, además de profundas transformaciones en nuestra organización. Decisiones que tomamos juntos, con información, debate y corresponsabilidad.

Al mismo tiempo, iniciábamos una profunda transformación del negocio. El lanzamiento del modelo "Contigo", la apuesta decidida por lo local y por una propuesta comercial diferenciada marcaron un punto de inflexión. Aprendimos nuevas palabras del mercado financiero y asumimos compromisos financieros exigentes que debíamos cumplir para seguir siendo propietarios de nuestro proyecto. Estábamos, como dijimos entonces, "construyendo la diferencia".

Resistimos. Y lo hicimos juntos.

En 2019 afrontamos una nueva refinanciación que implicó nuevas afectaciones para las personas socias, con reservas negativas individualizadas de gran magnitud y con la incertidumbre real de si algún día podrían recuperarse. Supuso un esfuerzo patrimonial directo y una nueva muestra de compromiso con la viabilidad del proyecto. Adaptamos nuestros estatutos, reforzamos nuestro compromiso colectivo y creamos el Fondo de Solidaridad ERLAN como una herramienta estructurada de apoyo mutuo, capaz de dar respuesta a las situaciones personales más complejas desde la solidaridad cooperativa.

Mirábamos al futuro con determinación, aunque el proceso se hiciera largo. Compartimos la hoja de ruta en cientos de encuentros y reuniones internas, asegurándonos de que cada persona socia entendiera la situación y participara en las decisiones. Porque en una cooperativa la información no se impone: se comparte.

En 2020, en plena pandemia, validamos nuevos cambios estatutarios que reforzaban el compromiso colectivo. "Más que nunca, contigo" dejó de ser un lema para convertirse en una forma de actuar dentro y fuera de EROSKI. Protegimos la cooperativa y protegimos a las personas socias consumidoras y personas socias trabajadoras.

Desde entonces hemos consolidado lo logrado. Hemos transformado el negocio, mejorado nuestra competitividad y reforzado nuestra propuesta de valor. Pero 2025 supone algo más que consolidación.

Este año hemos cumplido todos los compromisos adquiridos en nuestra hoja de ruta, y lo hemos hecho con éxito y antes de lo previsto. Hemos podido compensar la totalidad de las RNI (retornos negativos individualizados) y restablecer plenamente la posición patrimonial de nuestras personas socias. Aquello que durante años fue incertidumbre hoy es una realidad tangible. Detrás de esta recuperación hay esfuerzo, paciencia y confianza colectiva.

La Fundación ERLAN ha cumplido su cometido como herramienta solidaria, demostrando que la cooperación no es un concepto abstracto, sino una práctica real que se activa cuando más se necesita. Ese es el verdadero valor de nuestro modelo.

Además, la nueva refinanciación alcanzada nos permite mirar al futuro con mayor estabilidad y capacidad para hacer crecer nuestro proyecto. Pero, más allá de lo financiero, lo que celebramos es algo más profundo: hemos cumplido como comunidad. Hemos demostrado que nuestro modelo cooperativo es resiliente, que sabe resistir y también sabe transformar.

Nuestra línea roja siempre fue clara: mantener nuestro proyecto, preservar nuestro arraigo y seguir siendo dueños de nuestro futuro. No solo para proteger los puestos de trabajo, sino para que este proyecto siguiera siendo verdaderamente nuestro. Somos distintos. Somos cooperativa.

Y lo hemos logrado apoyándonos, sobre todo, en nuestra propia fuerza interna. Hoy el Grupo EROSKI no es lo que era. Es mejor. Más consciente de sus retos, pero también de su capacidad para afrontarlos.

La historia de una cooperativa no se mide únicamente en cifras. Se mide en la confianza que genera, en la participación real de sus personas socias consumidoras y trabajadoras, en la solidaridad que practica y en el impacto positivo que produce en su entorno.

Seguimos creciendo como comunidad. Más de un millón cuatrocientas mil personas socias consumidoras participan activamente en nuestro proyecto, reforzando nuestra gobernanza y nuestra identidad compartida. La educación alimentaria, la acción social y la sostenibilidad continúan siendo pilares esenciales de lo que somos.

Miramos a 2026 con la convicción de que nuestro modelo sigue siendo una respuesta válida y transformadora. Crecer de forma diferente es posible: siendo competitivos para garantizar nuestra sostenibilidad económica, y siendo solidarios, responsables y fieles a nuestra esencia cooperativa.

Si algo nos ha enseñado este largo recorrido es que cada momento, incluso el más difícil, deja aprendizaje. No debemos olvidar lo vivido. Debemos guardarlo como un tesoro colectivo. Y debemos agradecer el compromiso, la generosidad y la confianza de todas las personas que han hecho posible este camino.

Como presidenta del Consejo Rector, siento un profundo orgullo de representar a una comunidad capaz de resistir, transformarse y cumplir. Lo que hoy celebramos no es solo un resultado, es la confirmación de que nuestra misión sigue plenamente vigente. En el Grupo EROSKI seguimos creando y creciendo para mejorar la calidad de vida de las personas socias consumidoras y trabajadoras, generando valor compartido desde una gestión participativa y un modelo de colaboración que nos define como cooperativa.

Y no quería terminar sin dar las gracias a todas las personas que forma parte del Grupo EROSKI por demostrar que la solidaridad y la cooperación entre personas no son solo palabras, sino decisiones reales que priman lo colectivo. Esa es la base sobre la que seguiremos construyendo futuro: siendo competitivos sin renunciar a nuestros valores y fortaleciendo un proyecto con propósito, arraigo y compromiso con la sociedad.

Y esa historia continúa...

**Leire Mugerza**

Socia de consumo y Presidenta del Consejo Rector de Eroski, S. Coop.

# 1. Información general

## 1.1. NEIS 2 – Información general

### 1.1.1. Base para la elaboración

#### 1.1.1.1. Base general para la elaboración del estado de sostenibilidad (BP-1)

El marco regulatorio bajo el que presentamos este informe es la Directiva (UE) 2022/2464 de Información Corporativa en Materia de Sostenibilidad (Corporate Sustainability Reporting Directive, CSRD por sus siglas en inglés) y el Reglamento Delegado (UE) 2023/2772 que establece las Normas Europeas de Información sobre Sostenibilidad (NEIS) y complementa la Directiva (UE) 2013/34. En el presente informe también incorporamos los aspectos metodológicos definidos por el European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG). Reportamos bajo el marco CSRD, respetando así la recomendación de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) y el Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC) publicada el 19 de noviembre de 2025. Además, con la emisión de este informe también damos respuesta a los requerimientos de la Directiva (UE) 2014/95 vigente sobre información no financiera y diversidad (NFRD) traspuesta al ordenamiento jurídico español como la Ley 11/2018 (ver [Anexo 1](#)), así como con lo previsto en el artículo 262 de la Ley de Sociedades de Capital.

En el Estado de Información No Financiera (EINF) e Información de Sostenibilidad del Grupo EROSKI correspondiente al ejercicio 2025 con cierre fiscal a 31 de enero de 2026, en adelante Informe de Sostenibilidad, tomamos en consideración las cuentas anuales consolidadas del Grupo, así como el resto del contenido del Informe de gestión consolidado no incluido en este apartado, información que es pública y puede consultarse íntegramente en la página web corporativa del Grupo EROSKI <https://corporativo.eroski.es/>.

En la elaboración del Informe de Sostenibilidad hemos contemplado el mismo perímetro de información que en las 'Cuentas anuales consolidadas de Eroski, S. Coop. y sociedades dependientes correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de enero de 2026'. A lo largo del presente informe si el alcance de la información reportada no cubre la totalidad del perímetro indicaremos de forma específica el motivo y la sociedad o grupo de sociedades no incluidas dicho alcance.

Tabla 1. Sociedades del Grupo EROSKI y su actividad a 31 de enero de 2026

Sociedad	Actividad
Eroski, S. Coop.	Distribución y venta de bienes y servicios, y participación en sociedades de distribución y venta de bienes y servicios.
Cecosa Hipermercados, S.L.	Distribución y venta de bienes y servicios y explotación directa e indirecta de gasolinas, gasóleos de automoción o combustibles similares.
Equipamiento Familiar y Servicios, S.A.	Distribución y venta de bienes y servicios.
Cecosa Supermercados, S.L.	Distribución y venta de bienes y servicios y explotación directa e indirecta de gasolinas, gasóleos de automoción o combustibles similares.
Forum Sport, S.A.	Distribución y venta de bienes y servicios.
Caprabo, S.A.U.	Distribución y venta de bienes y servicios.
Sociedad Franquicias Eroski Contigo, S.L.U. <sup>1</sup>	Distribución y venta de bienes y servicios.
Eroski Hipermercados, S. Coop. en liquidación <sup>1</sup>	Servicios de colocación y suministro de personal.
Cecosa Institucional, S.L. <sup>1</sup>	Participación en sociedades de distribución y venta de bienes y servicios.
Gestión de Participaciones Forum, S.C.P. <sup>1</sup>	Participación en sociedades de distribución y venta de bienes y servicios.
Aportaciones Financieras Eroski, S.A. <sup>1</sup>	Compraventa y tenencia de valores inmobiliarios y otros activos financieros por cuenta propia y administración de patrimonios.
Desarrollos Inmobiliarios Los Berrocales, S.A. <sup>1</sup>	Tenencia de inmuebles.
Vegonsa Agrupación Alimentaria, S.A. (Grupo VEGALSA-EROSKI)	Distribución y venta de bienes y servicios.
Vego Supermercados, S.A.U. (Grupo VEGALSA-EROSKI)	Distribución y venta de bienes y servicios.
Mercash Sar, S.L.U. (Grupo VEGALSA-EROSKI)	Distribución y venta de bienes y servicios.
Cecogoico, S.A. <sup>1</sup>	Participación en sociedades de distribución y venta de bienes y servicios.
Newcobeco, S.A. <sup>1</sup>	Participación en sociedades de distribución y venta de bienes y servicios.
Peninsulaco, S.L.U.	Distribución y venta de bienes y servicios y explotación directa e indirecta de gasolinas, gasóleos de automoción o combustibles similares.
Supratuc2020, S.L. <sup>1</sup>	Participación en sociedades de distribución y venta de bienes y servicios.

<sup>1</sup>Sociedades instrumentales que no cuentan con personas trabajadoras ni actividad comercial.

No hemos incluido en el perímetro de alcance las sociedades asociadas debido a que el valor de las inversiones contabilizadas aplicando el método de la participación en las cuentas consolidadas del Grupo EROSKI asciende a 7.316 miles de euros; esto supone sólo un 0,21% sobre el valor de los activos totales, a su vez, han obtenido un resultado de 20 miles de euros, que se

corresponde con un 0,04% del resultado total consolidado. Debido a que la mayoría de estas sociedades no cuentan con personas trabajadoras ni con actividad directa, no se ha considerado que su información no financiera sea ni cuantitativa ni cualitativamente material o relevante. Esta información se recoge en la Nota II de las 'Cuentas anuales consolidadas de Eroski, S. Coop. y sociedades dependientes correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de enero de 2026'.

Eroski, S. Coop. es la sociedad matriz del Grupo y tiene su sede en Elorrio, Bizkaia. Es una cooperativa que actúa en tres ejes: empresa de distribución, organización de consumidores y proyecto cooperativo. Se estructura en dos comunidades societarias:

- 1.425.499 personas socias de consumo a 31 de enero 2026 (1.403.036 personas socias de consumo a 31 de enero de 2025)
- 8.336 personas socias trabajadoras a 31 de enero 2026 (8.491 personas socias trabajadoras a 31 de enero de 2025)

Ambas comunidades contribuyen a la consecución de nuestras metas y participan conjuntamente en el gobierno y en la gestión de la organización a través de los órganos sociales correspondientes de las 18 sociedades dependientes de la matriz Eroski, S. Coop.

Ilustración 1. Organigrama de las 19 sociedades del Grupo EROSKI

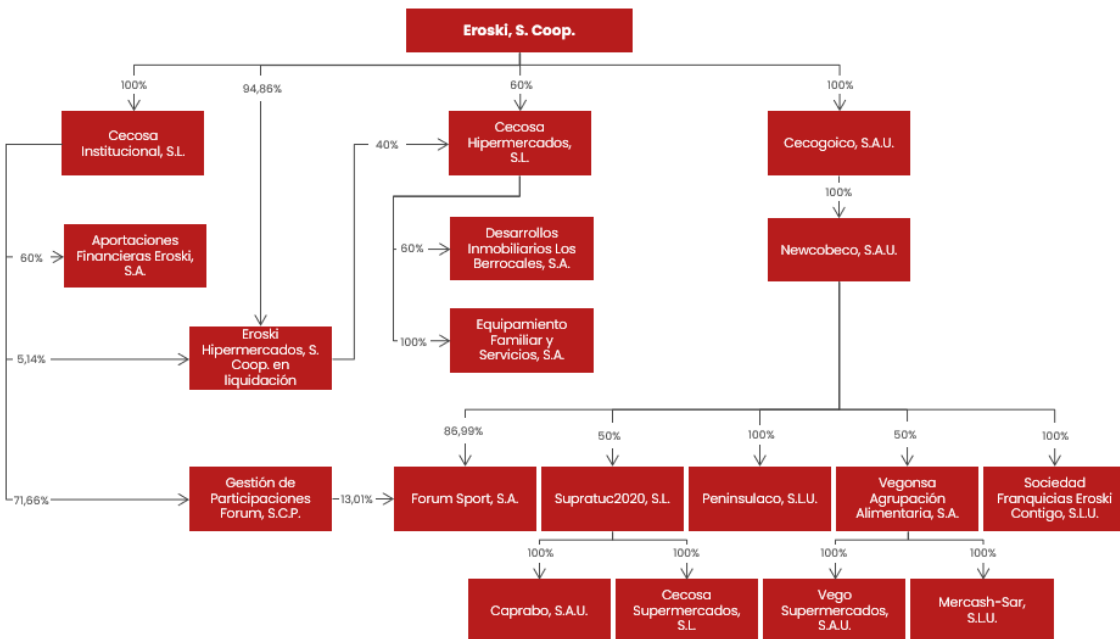


Tabla 2. Sociedades propietarias de establecimientos por negocio

Sociedad	Hiper-mercados	Super-mercados	Gasoli-neras	Ocio y deporte	Ópticas	Tienda online
Eroski, S. Coop.	✓	✓			✓	✓
Caprabo, S.A.U.		✓	✓			✓
Cecosa Hipermercados, S.L.	✓		✓		✓	
Cecosa Supermercados, S.L.		✓	✓			
Equipamiento Familiar y Servicios, S.A.		✓				
Forum Sport, S.A.				✓		✓
Peninsulaco, S.L.		✓	✓			
Mercash Sar, S.L.U.		✓				
Vego Supermercados, S.A.U.	✓	✓	✓			✓

Con el presente informe mostramos una visión completa del desempeño social, ambiental y de gobierno de Grupo EROSKI, lo que permite profundizar y establecer una mayor conexión de nuestro modelo de negocio con el valor económico y social que generamos. Para un mejor entendimiento de la evolución de nuestro desempeño, a lo largo del informe proporcionamos datos del año 2025 y del ejercicio anterior. Así mismo, incorporamos información acerca de las propias operaciones de las sociedades indicadas, y de los impactos, riesgos y oportunidades materiales asociados a nuestra cadena de valor en las fases anteriores y posteriores, cuando sea pertinente.

En la evaluación de la cadena de valor nos hemos basado en nuestro nivel de conocimiento, con atención especial a los proveedores de primera línea, los proveedores locales y de importación, así como nuestros franquiciados como clientes más relevantes y sensibles a todos los aspectos de gobernanza, medio ambiente y social.

En la preparación, presentación y verificación de la información de sostenibilidad, incluimos toda la información relevante ya que no nos hemos acogido a ninguna de las exenciones de divulgación contempladas en el artículo 5 d) y e) del requisito de divulgación BP-1: Base general para la elaboración del estado de sostenibilidad de la NEIS 2. En el mismo sentido, tampoco nos hemos acogido a la exención de divulgación contemplada relativa a la omisión de acontecimientos inminentes o cuestiones en curso de negociación mencionada en los artículos 19 bis, apartado 3, y 29 bis, apartado 3, de la Directiva 2013/34/UE.

La información incluida en el Estado de Información No Financiera Consolidado e Información de Sostenibilidad de Grupo EROSKI se ha sometido a verificación externa por parte de un tercero independiente. El alcance y resultados de la verificación independiente se describen en el Informe de Verificación que acompaña al presente documento. La revisión de este Informe se ha llevado a cabo de conformidad con las normas profesionales de general aceptación aplicables en España y específicamente con las pautas de actuación contenidas en las Guías de Actuación 47 Revisada y 56, emitidas por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España (ICJCE) sobre encargos de verificación de información no financiera y considerando el contenido de la nota publicada por el ICAC en fecha 18 de diciembre de 2024, basada en la ISSA 5000 y en las directrices no vinculantes del COESA.

Asimismo, el Informe ha sido validado por el Comité de Sostenibilidad y la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, y ha sido finalmente aprobado por el Consejo Rector del Grupo EROSKI en la sesión celebrada el 30 de abril de 2026.

### 1.1.1.2. Información relativa a circunstancias específicas (BP-2)

A continuación, se presentan las principales consideraciones para una adecuada lectura e interpretación del Informe de Sostenibilidad del Grupo EROSKI, teniendo en cuenta las circunstancias particulares seguidas en la divulgación de la información:

#### Horizontes temporales

La información contenida en el presente Informe de Sostenibilidad ha sido elaborada siguiendo los horizontes temporales de corto, medio o largo plazo recomendados por CSRD, considerando:

- Corto plazo: hasta 1 año.
- Medio plazo: de 1 año a 5 años.
- Largo plazo: más de 5 años.

Estos horizontes temporales son los mismos que tomamos como referencia en la preparación de la información financiera del Grupo EROSKI.

Los horizontes temporales que hemos definido para la NEIS EI difieren de este criterio debido a que un análisis de la evolución de las variables climáticas y de los efectos de las políticas y el mercado en el clima requiere de plazos más amplios que los de la gestión estratégica ordinaria de una organización. Se indica más detalle en el apartado [2.2.3.1](#) de la 'NEIS EI – Cambio climático'.

#### Fuentes de estimación e incertidumbre del resultado

Para la elaboración de este informe hemos realizado una serie de estimaciones e hipótesis en aspectos concretos. No obstante, en los correspondientes apartados de las NEIS temáticas se indicará expresamente aquellos datos estimados y las hipótesis seguidas. Dichas estimaciones, se han calculado en función de la mejor información disponible a 31 de enero de 2026 y es posible que acontecimientos que puedan tener lugar en el futuro obliguen a su modificación en los próximos ejercicios.

A continuación, se ofrece una visión general no exhaustiva:

NEIS 2 – Información general:

- Estimación de impactos potenciales, riesgos y oportunidades medioambientales, sociales y de gobernanza.

NEIS EI – Cambio climático:

- Evaluación de riesgos climáticos y escenarios futuros proporcionados por la Agencia Internacional de la Energía (IEA).

- El cálculo de las emisiones de carbono del Alcance 3 sobre las fases anteriores y posteriores a la cadena de valor.

### Modificaciones respecto a ejercicios anteriores

A lo largo del presente Informe de Sostenibilidad, algunos contenidos pueden haber sufrido modificaciones en su forma de preparación y presentación respecto a períodos anteriores, ya sea en los objetivos, las métricas reportadas o determinados valores históricos. Estos cambios pueden derivarse de actualizaciones metodológicas, ajustes en las fuentes de información, corrección de errores, o a la necesidad de adaptarse a nuevos requisitos normativos, como los establecidos por la normativa CSRD/NEIS.

En este sentido, se han identificado tres errores en la información publicada en el Informe de Sostenibilidad del ejercicio anterior, que se corrigen en esta edición:

- **Página 48 – Tabla ‘Número de tiendas a 31 de enero de 2025’:**  
El número correcto de supermercados franquiciados es de 603 (en lugar de 604) y el número de tiendas propias de ocio y deporte es de 63 (en lugar de 64). Por lo tanto, el total de la red es de 1.483 establecimientos. La diferencia se debe a que por error se contaron estos dos centros a pesar de haber cerrado en fecha anterior a 31 de enero de 2025.
- **Página 220 – Tabla ‘Número de proveedores de mercancía y acreedores de servicios por clasificación’:**  
El número correcto de proveedores de marca propia asciende a 661 en 2024 (en lugar de 964) y a 656 en 2023 (en lugar de 986). La corrección se debe a que anteriormente se utilizó la información basada en las ventas, cuando el criterio adecuado es tomar como referencia la información de las compras.
- **Página 232 – Tabla ‘Titulares del Club de Socios’:**  
El dato correcto para el número de titulares de EROSKI Club en 2024 es 3.166.414, en vez de 3.218.632. El error se originó por una parametrización incorrecta en la consulta utilizada para la extracción de la información.

Dichas correcciones se incorporan en el presente Informe con el objetivo de reforzar la precisión, coherencia y transparencia de los datos reportados.

Adicionalmente, en relación con la información de taxonomía verde, durante el ejercicio 2025 se ha producido un cambio en el criterio en el cálculo del volumen de negocios. En ejercicios anteriores se utilizó como referencia el epígrafe de ‘Ingresos ordinarios por ventas’; sin embargo, a partir de este ejercicio se ha optado por emplear los ‘Ingresos ordinarios totales’, al considerar que esta magnitud refleja de manera más adecuada todos los ingresos vinculados con la actividad ordinaria del Grupo. Entre estos ingresos se incluyen, por ejemplo, los procedentes de la venta de residuos valorizables (cartón, palés, residuos, entre otros), que se encuentran contemplados en el epígrafe de ‘Ingresos ordinarios por prestación de servicios vinculados con la actividad’. Este ajuste permite alinear el indicador con el perímetro económico completo que corresponde utilizar para los fines de la taxonomía verde y mejora la consistencia y exhaustividad de la información reportada. Dicho esto, la cifra correspondiente al volumen de negocio en 2024 es de 5.559.814 miles de euros (en lugar de 5.335.007 miles de euros).

### Información derivada de otras normativas o legislaciones

El presente informe se ha elaborado de acuerdo con los marcos normativos detallados en la base general para la elaboración en el apartado [1.1.1](#) de este capítulo.

Adicionalmente, este informe incorpora la información relativa a las exposiciones taxonómicamente elegibles y/o alineadas en cumplimiento del Reglamento de Taxonomía UE 2021/2178.

### Incorporación de información por referencia

A continuación, detallamos la información que hace referencia a las Cuentas anuales consolidadas de Eroski, S. Coop. y sociedades dependientes correspondientes al ejercicio terminado en 31 de enero de 2026, que implica acceder a información adicional y ampliada a la presentada en este informe:

Tabla 3. Referencias a los estados financieros

Apartado en el informe	Requisito de divulgación	Descripción	Referencia a los estados financieros
1.1.1.1	BP-1	Sociedades incluidas en el alcance del informe	Nota 1: Anexo I y Anexo II
1.1.1.1	BP-1	Sociedades asociadas excluidas del alcance del informe	Nota 11
1.1.3.1	SBM-1	Ingresos totales por sectores significativos	Nota 4
1.1.3.3	SBM-3	Ratio de fondos propios	Nota 16
2.2.3.3	EI-3	Recursos destinados a la minimización del impacto ambiental	Nota 23
2.2.4.3	EI-6	Ingresos netos utilizados para calcular la intensidad de GEI	Cuenta de resultados consolidada
2.3.2.2	E3-4	Ingresos ordinarios por ventas	Cuenta de resultados consolidada
3.1.3.2	SI-6	Número de trabajadores	Nota 26
3.1.3.11	SI-17	Multas, sanciones e indemnizaciones por daños y perjuicios derivados de los casos y reclamaciones	Nota 25
4.1.3.3	GI-6	Información sobre los Aplazamientos de Pago Efectuados a Proveedores Disposición Adicional Tercera 'Deber de Información' de la Ley 15/2010, de 5 de julio	Nota 20

Asimismo, en la medida que sea necesario incorporar información adicional a la divulgada en este informe, en el caso de hacer referencia a otros documentos del Grupo EROSKI y, siempre que dichos documentos sean públicos, se incorporará acceso directo a los mismos.

### Utilización de disposiciones de introducción paulatina

La siguiente tabla muestra los puntos de datos que serán introducidos paulatinamente en nuestro Informe de Sostenibilidad en los próximos tres años de acuerdo con el Reglamento Delegado 2025/1416 de 11 de julio de 2025 "quick fix" por el que se modifica el Apéndice C de la

NEIS 1 del Reglamento Delegado (UE) 2023/2772 en lo que respecta al aplazamiento de la fecha de aplicación de los requisitos de divulgación para determinadas empresas.

Tabla 4. Requisitos de divulgación de introducción paulatina

NEIS	Requisito de divulgación	Puntos de datos
NEIS 2	SBM-3	Apartado 48, letra e)
NEIS E1	E1-9	Todos los puntos de datos.
NEIS E3	E3-5	Todos los puntos de datos.
NEIS E5	E5-6	Todos los puntos de datos.
NEIS S1	S1-7	Todos los puntos de datos.
NEIS S1	S1-11	Todos los puntos de datos.
NEIS S1	S1-14	Información sobre los trabajadores no asalariados.

## 1.1.2. Gobernanza

### 1.1.2.1. El papel de los órganos de administración, dirección y supervisión (GOV-1)

Nuestro modelo de gobierno se caracteriza por contar con una estructura perfectamente definida y separada en referencia a la toma de decisiones, que garantiza una gestión eficaz basada en la coordinación entre todas las partes. La Asamblea General es el órgano supremo de decisión de la cooperativa, y el Consejo Rector el máximo órgano de supervisión y control. El Consejo de Dirección es el órgano superior de gestión y atiende, entre otras, a las cuestiones delegadas del Consejo Rector.

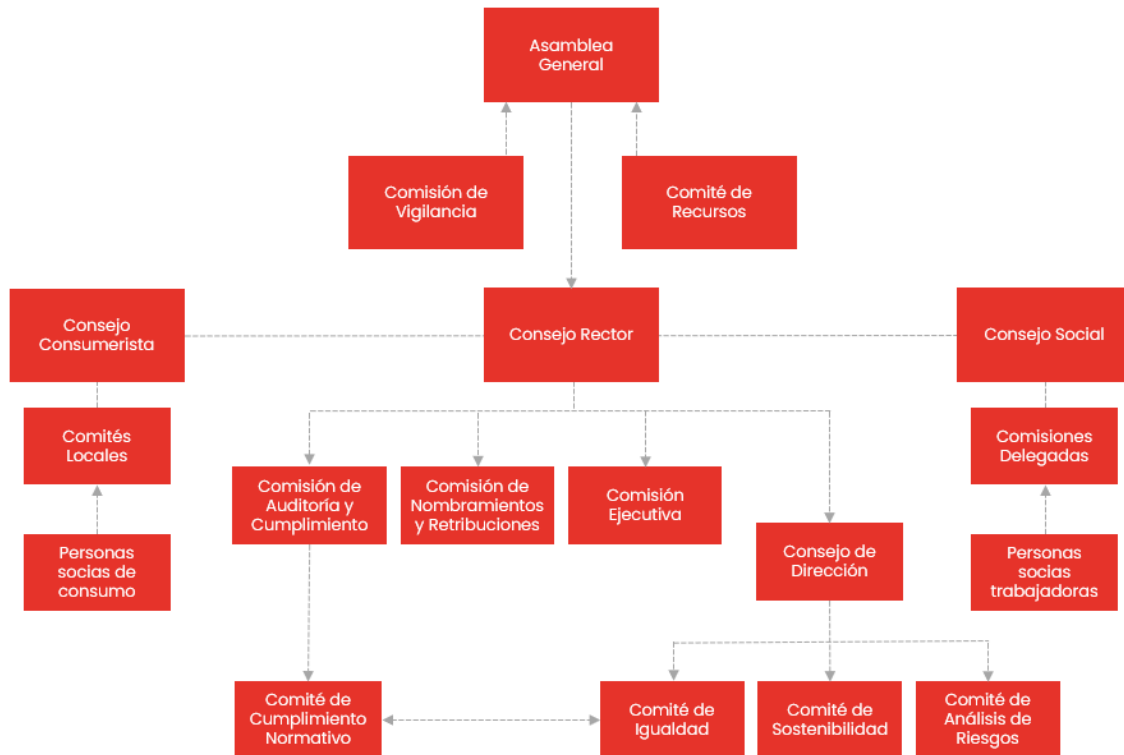
Todas las sociedades que conforman el Grupo se acogen a las directrices de Gobierno Corporativo de Eroski, S. Coop.

Los Estatutos Sociales, actualizados y aprobados en la Asamblea General el 2 de junio de 2025, recogen las incompatibilidades de los miembros del Consejo Rector y del Consejo de Dirección, entre otras cuestiones, y pueden ser consultados en la web corporativa, donde también se incluye información de detalle de la estructura de gobierno: <https://corporativo.eroski.es/quienes-somos/gobierno-corporativo/>.

### Estructura de gobierno en el Grupo EROSKI

En el Grupo EROSKI contamos con un modelo de gobierno formado por los siguientes órganos de administración, dirección y supervisión y liderado por el Consejo Rector:

Tabla 5. Relación de órganos de gobierno



### Consejo Rector

También llamado Órgano de Administración, es quien gobierna, gestiona y representa a la cooperativa. La aprobación y toma de decisiones estratégicas en materia de sostenibilidad corresponde al Consejo Rector, con base en las políticas generales fijadas por la Asamblea General, que delega las funciones oportunas en el Consejo de Dirección. El Consejo Rector y el Consejo de Dirección se reúnen mensualmente para tratar todos los temas relevantes ambientales, sociales y de gobernanza del Grupo.

Se compone de doce miembros (seis personas socias de consumo y seis personas socias trabajadoras) elegidos por la Asamblea General:

- En su composición no cuenta con consejeros ejecutivos (consejeros que a su vez formen parte de la Alta Dirección del Grupo EROSKI), en tanto que el artículo 66 de los Estatutos Sociales, establece la incompatibilidad entre ambos cargos.
- Seis de los miembros son personas socias trabajadoras, el 50% del total de los miembros del Consejo.
- Cinco de ellos son consejeros independientes de conformidad con el artículo 529 duodécimos de la Ley de Sociedades de Capital, lo que supone un 42% del total de los miembros del Consejo; y siete de ellos son consejeros calificados como otros externos, lo que supone un 58% de total de los miembros del Consejo.

El 50% de los miembros del Consejo Rector, titulares y suplentes, son elegidos bienalmente por las personas socias por un periodo de cuatro años, pudiendo ser reelegidos.

Tabla 6. Miembros del Consejo Rector

	Personas socias de consumo	Personas socias trabajadoras
Presidencia	Leire Mugerza Garate	-
Vicepresidencia	-	María Asunción Bastida Sagarzazu
Secretaría	Maite Legarra Eizaguirre	-
Vocales	Amaia Ramos Romeo	María Victoria Fernández Gómez
	Mikel Gantxegi Gantxegi	Olaia Betanzos Chertudi
	Olga de Miguel Hernández	Ana Isabel Zariquiegui Asiain
	Eduardo Herce Susperregui	Carmelo Lecue Alberdi
	Zulima Valdivielso Martínez	
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>6</b>

El Consejo Rector es, por tanto, el órgano responsable de la toma de decisiones estratégicas en materia de sostenibilidad. En concreto, se encarga de aprobar el Plan Estratégico y el Plan de Gestión anual, que establece los retos e iniciativas sociales, medioambientales y de gobernanza prioritarias, vinculadas a los principales riesgos, el Consejo realiza una supervisión periódica. Los miembros del Consejo Rector mantienen un conocimiento constante sobre las preocupaciones más relevantes de la organización, de forma proactiva mediante el seguimiento continuo de la evolución de los distintos negocios, de la organización y del mercado, y dependiendo de las materias a abordar, cuentan con la intervención puntual en las sesiones del Consejo Rector de los directivos del Grupo con conocimiento en la materia. Todo esto se complementa con los informes periódicos y los procedimientos de información elaborados por cada Comisión o Comité respecto a las materias de su especialidad, que son objeto de análisis y propuestas específicas previamente a las sesiones del Consejo Rector.

Entre sus competencias y funciones destacan:

- Presidencia de la Asamblea General.
- Aprobación de la visión, misión, valores y gestión ética del Grupo.
- Toma de decisiones respecto de la estrategia de la cooperativa y las actuaciones de la Dirección relacionadas con el negocio, y con todos los temas ambientales, sociales y económicos.
- Nombramiento de la Dirección General y los miembros del Consejo de Dirección.
- Fijación del Reglamento de Régimen Interno.
- Aprobación de principales contratos e inversiones.
- Gestión de impactos, riesgos y oportunidades, así como control interno de los mismos.
- Rendición de cuentas por su gestión a la Asamblea General.
- Aprobación de políticas.

El Consejo Rector recibe y comparte información en materia de sostenibilidad o de cualquier otra índole con las personas socias trabajadoras y consumidoras a través de los siguientes órganos:

- **Consejo Social:** órgano consultivo del Consejo Rector compuesto por dieciséis personas socias trabajadoras. Este Consejo, a su vez, recibe y comparte información a través de otro órgano, denominado Comisiones Delegadas. Se trata de un órgano representativo de todas las personas socias trabajadoras que asesora e informa al Consejo Social, así

como a todo el colectivo de personas socias trabajadoras. Cada persona delegada mantiene mensualmente, lo que denominamos, Reuniones de Centro, en las que informa a las personas socias trabajadoras de toda la información societaria relevante, así como, recoge la opinión del colectivo sobre cuestiones clave, dudas o sugerencias que pudieran surgir.

- **Consejo Consumerista:** órgano consultivo del Consejo Rector en lo referido a personas consumidoras. Recibe y comparte aportaciones a través de los Comités Locales, que son órganos representativos de las personas socias de consumo que asesoran e informan al Consejo Consumerista.

Además, contamos con las siguientes comisiones del consejo de carácter permanente, constituidas por el Consejo Rector en apoyo a sus responsabilidades, con carácter eminentemente técnico y con el fin de lograr una mayor eficiencia y transparencia:

- **Comisión de Auditoría y Cumplimiento:** se encarga de supervisar la eficacia del control interno, los sistemas de gestión de riesgos y oportunidades, las medidas previstas para mitigar el impacto de los riesgos identificados y las políticas de gobierno corporativo y cumplimiento. Así mismo, analiza junto a los auditores externos y los verificadores en materia de sostenibilidad, las debilidades significativas del sistema de control interno detectadas. El artículo 22 del Reglamento del Consejo Rector establece las funciones de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento con relación a impactos, riesgos y oportunidades, y el artículo 9 del Reglamento del Comisión de Auditoría y Cumplimiento en lo relativo a las funciones en los sistemas de control interno y gestión de riesgos. Asimismo, los artículos 10 y 11 de esta Comisión, hacen referencia al Gobierno Corporativo y al programa de Cumplimiento respectivamente.
- **Comisión de Nombramientos y Retribuciones:** se encarga de la supervisión y seguimiento de la selección y evaluación de los miembros del Consejo Rector, así como de la Dirección General y los miembros del Consejo de Dirección, de la aplicación de una política de remuneración adecuada, gestión de conflictos de interés, planes de sucesión de la Presidencia del Consejo Rector y la Dirección General, así como de las cuestiones de diversidad de género en los órganos de administración y dirección.
- **Comisión Ejecutiva:** tiene delegadas todas las funciones del Consejo Rector, salvo las indelegables, y actúa únicamente en decisiones que necesitan de cierta urgencia, informando posteriormente al Consejo Rector de los acuerdos adoptados.

### Consejo de Dirección

Es el órgano que asesora a la Dirección General de la Cooperativa. Se reúnen mensualmente con el Consejo Rector.

Impulsa la gestión comprometida en materia de sostenibilidad, valida el Plan Estratégico en materia de sostenibilidad para su aprobación por el Consejo Rector y aprueba las acciones a acometer en esta materia, delegando su ejecución en el Comité de Sostenibilidad.

Realiza seguimiento de toda la información en materia de sostenibilidad, eleva las propuestas correspondientes al Consejo Rector o a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, en su caso, y decide sobre la aplicación de los criterios más significativos en materia de sostenibilidad.

Asimismo, propone al Órgano de Administración o a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, en su caso, el mapa de riesgos de la compañía elaborado por el Comité de Análisis de Riesgos.

El Consejo de Dirección se compone desde el 1 de febrero de 2025 de nueve miembros, de los cuales el 33,3% son mujeres y el 66,7% son hombres:

- Rosa Carabel Di Paola. Dirección General.
- Javier España Martín. Dirección Desarrollo Inmobiliario y Servicios.
- Iñigo Eizaguirre Illarramendi. Dirección Social.
- Iñigo Arias Ajarrista. Dirección Hipermercados.
- Alberto Madariaga Pérez. Dirección Supermercados Norte y Logística.
- Eva Ugarte Arregui. Dirección Marketing Estratégico y Cliente.
- Beatriz Santos Vesga. Dirección Comercial.
- Enrique Monzonis Leno. Dirección Innovación y Tecnología.
- Josu Mugarra Urrutia. Dirección Económico-Financiera.

Todas las personas integrantes del Consejo de Dirección son miembros ejecutivos por formar parte de la Alta Dirección, ya que, de conformidad con el Reglamento de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, la Alta Dirección la componen la dirección formada por el primer ejecutivo y las personas directoras dependientes que forman parte del Consejo de Dirección. Asimismo, se consideran miembros de la Alta Dirección los miembros de los comités de dirección de las sociedades VEGALSA-EROSKI, FORUM SPORT, CAPRABO, así como la Dirección General de CECOSA SUPERMERCADOS.

Entre sus funciones y competencias se encuentran:

- Redacción de Planes Estratégicos y Planes de Gestión.
- Aprobación y desarrollo de los planes de ejecución.
- Seguimiento y control de actuaciones de colaboradores.
- Negociación de alianzas.
- Inculcar la cultura cooperativa en la organización.

En el Consejo de Dirección todos los miembros cuentan con conocimientos del sector de *retail*, del mercado en el que operamos, así como de las características específicas de los productos que ofrecemos a nuestra clientela, además de la especialización de cada miembro en su ámbito de desarrollo de su actividad. En materia de sostenibilidad, los conocimientos en materias concretas se circunscriben al ámbito de desarrollo de la actividad de cada director, por ejemplo: gases fluorados o energías renovables en la Dirección de Desarrollo, pesca y acuicultura sostenible o la integración de productos más sostenibles en la Dirección Comercial, o gestión circular de residuos en la Dirección de Marketing.

## Otros órganos de gobierno

### Asamblea General

Es el órgano supremo de expresión de la voluntad societaria. Se compone de 500 personas delegadas distribuidas de forma paritaria entre representantes de las personas socias trabajadoras y representantes de las personas socias de consumo. Asimismo, además de las

personas delegadas, participan en la Asamblea con voto los miembros del Consejo Rector, la Comisión de Vigilancia y el Comité de Recursos. Además, asisten a la Asamblea General con voz, pero sin voto, la Dirección General y la Presidencia del Consejo Social.

La elección de sus miembros es ratificada en las correspondientes Juntas Preparatorias de Consumo y de Trabajo, y su mandato permanece durante tres años.

Se reúne anualmente en convocatoria ordinaria y, entre sus funciones y competencia, destacan:

- Aprobación de cuentas.
- Presentación y aprobación de la distribución de resultados.
- Establecimiento de las políticas generales de la cooperativa y la modificación, cuando procede, de los Estatutos Sociales.
- Elección de los componentes del Consejo Rector.

### Comisión de Vigilancia

Es el órgano con responsabilidades fiscalizadoras respecto a los informes financieros, procesos electorales y otras funciones de los órganos sociales, establecidas en la Ley de Cooperativas de Euskadi, en los Estatutos Sociales y en su Reglamento de funcionamiento.

Se compone de tres miembros, una persona socia trabajadora y dos personas socias de consumo elegidas por la Asamblea General que se renueva el 100% de sus miembros bienalmente. Este Comité se reúne aproximadamente seis veces al año, cuando se reúne la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, a la que acuden como invitados, para ejercer sus funciones de supervisión de los procesos electorales y asisten a su vez, a la Asamblea General.

Entre las funciones y competencias que desempeñan, se encuentran:

- Control y seguimiento de los procesos electorales.
- Otras funciones que le otorgan los Estatutos Sociales, como: la supervisión de los estados financieros del Grupo EROSKI, instar al Consejo Rector la convocatoria de la Asamblea General Ordinaria, si transcurrido el plazo legal no ha tenido lugar la misma, solicitar la celebración de Asamblea General Extraordinaria, proponer asuntos a incluir en el orden del día de la Asamblea General, o ejercitar las acciones de impugnación de la Asamblea General cuando sean contrarios a la ley o se opongan a los Estatutos.

### Comité de Recursos

Es el órgano que resuelve sobre los recursos presentados por las personas socias trabajadoras contra las decisiones adoptadas por el Consejo Rector y en todos aquellos casos previstos en los Estatutos.

Se compone de cinco personas socias elegidos por la Asamblea General, tres personas son personas socias trabajadoras y dos son personas socias de consumo. Se reúne únicamente cuando se recibe un recurso interpuesto ante el Comité con el fin de resolver los recursos presentados.

### Comité de Análisis de Riesgos

El proceso de identificación, análisis, evaluación, gestión y control de los impactos, riesgos y oportunidades del Grupo EROSKI es un proceso que se inicia en el Comité de Análisis de Riesgos y que involucra a las distintas áreas de la compañía, hasta elevarlo a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y al Consejo Rector. Está formado por seis miembros de la Alta Dirección.

### Comisión de Igualdad

Es el órgano responsable de la definición, seguimiento, evaluación y la actualización periódica del diagnóstico y el Plan de Igualdad del Grupo EROSKI. Se estableció en 2023 y está formada por dieciocho miembros, nueve miembros por la parte empresarial (personas representantes por cada sociedad que compone el grupo) y nueve miembros por la parte social (personas representantes de los tres sindicatos mayoritarios del convenio del Grupo EROSKI en base a su porcentaje de representación en UGT, CCOO y FETICO).

Esta Comisión se reúne anualmente con carácter ordinario en el mes de junio y, con carácter extraordinario, siempre que sea requerida su intervención. Las reuniones se convocan por la Responsable de Gestión Social del Área Social, que es la persona encargada de la implantación del Plan de Igualdad.

Las personas responsables de igualdad de cada sociedad del Grupo, que pertenecen a la dirección social o de recursos humanos, se encargan de implantar los planes de acción definidos por la Comisión de Igualdad en cada sociedad.

Desde el año 2005, en el marco de la sociedad matriz del Grupo, Eroski, S. Coop., nació el Plan de Igualdad de la cooperativa con la denominación de Observatorio para la Igualdad, liderado por la Responsable de Gestión Social y compuesto por miembros voluntarios de la cooperativa, sin dependencia jerárquica.

Los objetivos principales son:

- Acercarse a la realidad de las mujeres dentro del Grupo EROSKI.
- Trabajar en la eliminación de las desigualdades laborales por razón de género.
- Crear un entorno profesional más acorde con sus aspiraciones, talentos y necesidades.

Los miembros del Observatorio para la Igualdad se reúnen como mínimo dos veces al año. En la actualidad, están trabajando aspectos como: cultura igualitaria, gestión de la igualdad, espacios de trabajo seguros, conciliación responsable y responsabilidad social.

### Comité de Sostenibilidad

El Comité de Sostenibilidad, constituido en julio de 2024, es el foro de carácter ejecutivo encargado de traccionar y garantizar la definición, seguimiento e implementación de las políticas, estrategia, objetivos y cumplimiento legislativo en materia de sostenibilidad ambiental, social y de gobernanza. Está formado por las personas responsables de las Áreas de Sostenibilidad, Financiera, Social, Corporativa y de Procesos. Asimismo, forman parte del Comité para el tratamiento de las materias específicas, las personas responsables de las Áreas de Desarrollo, Comercial, Logística, Sistemas, así como representantes de todos los negocios.

Reporta al menos una vez al mes al Consejo de Dirección. Con facultades de información, asesoramiento y propuesta en las citadas materias, al Consejo de Dirección y, en su caso, a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento.

Es el encargado de proponer y asesorar al Consejo de Dirección en la elaboración de Planes Estratégicos en materia de sostenibilidad, para ello, analiza e integra las aportaciones recibidas de los distintos grupos de interés, y tracciona y supervisa las prácticas en dicha materia con el objetivo de identificar los impactos, riesgos y oportunidades en materia de sostenibilidad, que traslada al Comité de Análisis de Riesgos.

Además, coordina la implantación de los Planes Estratégicos con la determinación de metas e hitos específicos para llevarlos a cabo por las distintas áreas del Grupo, hace seguimiento y reporta al Consejo de Dirección y a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento sobre la ejecución de los planes estratégicos de sostenibilidad medioambiental, social y de gobernanza, y sus posibles desviaciones. En este sentido, sugiere también las mejoras en la materia que estime convenientes.

A través del Consejo de Dirección, se traslada periódicamente al Consejo Rector la situación de las metas establecidas en el Plan Estratégico, a través de los descargos de los directores (dos veces al año), a través del descargo mensual del cuadro de mando o bien a través de los apartados específicos de seguimiento del Plan Estratégico, cuya revisión se realiza una o dos veces al año.

Asimismo, desde el Comité de Sostenibilidad, se traslada a cada sociedad del Grupo EROSKI los avances en materia de sostenibilidad.

Además, el Comité de Sostenibilidad reporta al Consejo de Dirección sobre cualquier aspecto relevante en materia de la elaboración del Informe de Sostenibilidad y asesora sobre las normativas de publicación de dicho informe.

### Comité de Cumplimiento Normativo

Constituido en el año 2021, el Comité de Cumplimiento Normativo (CCN) es dependiente de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento. Se encarga de la elaboración, implantación, aplicación y seguimiento de los programas, políticas y protocolos de cumplimiento normativo del Grupo EROSKI, en materia de prevención de riesgos penales de la persona jurídica, blanqueo de capitales, protección de datos, acoso e igualdad y otros programas de cumplimiento que se puedan desarrollar en el futuro.

VEGALSA-EROSKI dispone de su propio Comité de Cumplimiento en materia de prevención de riesgos penales exclusivamente. A pesar de tratarse de dos órganos de cumplimiento independientes, se mantiene una coordinación fluida que permite alinear criterios y asegurar la coherencia en las actuaciones desarrolladas.

Se trata en ambos casos de órganos colegiados de carácter interno y permanente para lo que tienen atribuidas amplias competencias, autonomía presupuestaria e independencia de actuación, cuya misión principal es velar por el conocimiento y comprensión de sendos Códigos de Conducta, políticas y procedimientos relacionados entre las personas que configuran el Grupo, a fin de impulsar una cultura de integridad, honestidad, lealtad y ética por parte de todas

las personas involucradas en sus procesos, liderando y coordinando las acciones necesarias para ello.

### Composición de los principales órganos de gobernanza

A continuación, presentamos información resumida sobre la composición de los miembros de los órganos de administración:

Tabla 7. Principales órganos de gobernanza por sexo y edad

	2025							
	Asamblea General		Comisión Delegada		Consejo Rector		Consejo Social	
<b>Por sexo</b>								
Mujeres	341	68,20%	294	85,50%	9	75,00%	12	75,00%
Hombres	159	31,80%	50	14,50%	3	25,00%	4	25,00%
<b>Por edad</b>								
< 30 años	6	1,20%	7	2,00%	-	-	-	-
30 - 50 años	152	30,40%	163	47,40%	4	33,33%	3	18,80%
> 50 años	342	68,40%	174	50,60%	8	66,67%	13	81,30%
<b>Total</b>	<b>500</b>		<b>347</b>		<b>12</b>		<b>16</b>	

	2024							
	Asamblea General		Comisión Delegada		Consejo Rector		Consejo Social	
<b>Por sexo</b>								
Mujeres	323	73,20%	302	87,30%	9	75,00%	12	75,00%
Hombres	177	26,80%	44	12,70%	3	25,00%	4	25,00%
<b>Por edad</b>								
< 30 años	6	1,20%	3	0,90%	-	-	-	-
30 - 50 años	258	51,60%	184	53,20%	4	33,30%	4	25,00%
> 50 años	236	47,20%	159	46,00%	8	66,70%	12	75,00%
<b>Total</b>	<b>500</b>		<b>346</b>		<b>12</b>		<b>16</b>	

### Capacidades y conocimientos sobre cuestiones de sostenibilidad

El Consejo Rector cuenta con una matriz de conocimientos y competencias de los miembros del Consejo, que elabora la Comisión de Nombramientos y Retribuciones. Esta matriz garantiza la diversidad integral en cuanto a conocimientos, competencias y género en el Consejo Rector y de la Alta Dirección para el adecuado desempeño de sus funciones.

Dicha matriz de conocimientos refleja para cada miembro del Consejo, la experiencia y conocimientos básicos, en aspectos como: el sector, estrategia, recursos humanos, sostenibilidad, transformación digital, financiero, riesgos, liderazgo, conocimientos cooperativos, auditoría, contabilidad, así como, conocimientos y experiencias complementarias, en materias:

comercial, operaciones y conocimientos de euskera. Asimismo, se identifican otros datos personales como género y antigüedad, entre otros. Debemos indicar que se pueden consultar los *curriculum vitae* de los consejeros en la página web del Grupo EROSKI.

En base a esta matriz, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, establece las directrices para que las personas socias trabajadoras, que eligen a la mitad de los consejeros, propicien que los candidatos cuenten con los conocimientos y experiencia necesaria en el consejo.

Antes de emitir su informe de idoneidad de las candidaturas al Consejo Rector, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones tiene en cuenta los conocimientos, formación y género, entre otros. No obstante, los candidatos se establecen en base al número de votos en los procesos electorales correspondientes, habiendo valorado las recomendaciones de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones sobre la composición y perfiles óptimos de los candidatos al Consejo.

El Consejo Rector cuenta con consejeros con conocimientos en el sector de *retail*, del mercado en el que operamos, así como de las características específicas de los productos que ofrecemos a nuestra clientela.

Hemos definido un programa de formación, con contenidos que se van actualizando, para los miembros del Consejo Rector y Alta Dirección, con el objetivo de ampliar su conocimiento sobre asuntos económicos, ambientales y sociales. Los miembros del Consejo reciben formaciones externas o internas para ejercer su función con diligencia. Para el desempeño de sus funciones con relación a las cuestiones de sostenibilidad, los órganos de dirección y supervisión recaban conocimientos y el asesoramiento necesario para sus funciones, tanto de los departamentos de la cooperativa como de expertos o terceros independientes.

Realizamos autoevaluaciones del desempeño del Consejo Rector y de sus Comisiones, así como de determinados cargos, que consisten en cuestionarios individuales que incluyen preguntas cualitativas que permiten obtener información completa y definir propuestas de mejora específicas. La Comisión de Nombramientos y Retribuciones analiza los resultados de los cuestionarios de autoevaluación y presenta los nuevos planes de acción que el Consejo Rector aprueba y pone en marcha, con el fin de mejorar el funcionamiento de dichos órganos. De acuerdo con el Código de Buen Gobierno de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), cada tres años, el Consejo debe evaluar su desempeño y el de sus miembros y comisiones, a través de un consultor externo independiente. Atendiendo a esta recomendación, en el Grupo EROSKI realizamos en el ejercicio 2023 un diagnóstico con un consultor externo y, con base en el mismo, establecimos los planes de acción orientados a la mejora de los órganos de gobierno. En el ejercicio 2026 está previsto nuevamente una evaluación del desempeño a través de un consultor externo.

Adicionalmente a lo anterior, cada una de las sociedades que componen el Grupo EROSKI tienen una estructura de gobierno propia:

### **Estructura de gobierno del Grupo VEGALSA-EROSKI**

Vegonsa Agrupación Alimentaria, S.A. (en adelante VEGALSA-EROSKI), es una sociedad participada al 50% por la familia González y el Grupo EROSKI y, por ello, cuenta con un modelo de gobierno corporativo diferente en algunas cuestiones. Forma parte del Grupo EROSKI desde

1998 y es el referente de la distribución comercial en Galicia. Actualmente desarrolla también su actividad en las comunidades limítrofes de Asturias y Castilla y León.

En VEGALSA-EROSKI implementamos el modelo de buen gobierno del Grupo EROSKI, que compagina con responsabilidades y competencias propias, consensuadas con el Grupo y desarrolladas a través de sus propios órganos de gestión.

### Consejo de Administración de VEGALSA-EROSKI

Es el órgano superior de toma de decisiones de VEGALSA-EROSKI y está compuesto por cuatro miembros:

- Rosa Carabel Di Paola. Presidencia.
- Josu Mugarra Urrutia. Vocal.
- José Alonso Lago. Vocal.
- Vegonsa 1939, S.L. (Representada por Jorge González Iglesias). Vocal.

En términos de información sobre la composición y diversidad de los miembros del Consejo de Administración de VEGALSA-EROSKI, de los cuatro consejeros, dos de ellos son ejecutivos por ser miembros de la Alta Dirección de la matriz del Grupo, conforme al artículo 529 duodécimo de la Ley de Sociedades de Capital. Además, un 25% del consejo está constituido por mujeres y el 75% son hombres.

Se reúne mensualmente en sesión ordinaria, entre las funciones y competencias de este órgano:

- Aprobación de las políticas y estrategias generales de la sociedad.
- Aprobación de Planes Estratégicos.
- Aprobación de Planes de Gestión anuales.
- Nombramiento y destitución de la Dirección General de VEGALSA-EROSKI y del equipo directivo dependiente de ésta.
- Autorización de aperturas, cierres y traslados relevantes.
- Autorización de inversiones y contrataciones relevantes.

### Comité de Dirección de VEGALSA-EROSKI

Es el órgano responsable de la gestión de VEGALSA-EROSKI. A fecha de 31 de enero del 2026 está compuesto por trece miembros. Desde el 1 de febrero 2024 José Manuel Ferreño ocupa la Dirección General de VEGALSA-EROSKI.

Se reúne quincenalmente en sesión ordinaria, entre las funciones y competencias de este órgano:

- Asuntos delegados por el Consejo de Administración.
- Redacción de Planes Estratégicos y Planes de Gestión.
- Aprobación y desarrollo de planes de ejecución.
- Seguimiento y control de actuaciones.
- Impulso de la cultura corporativa en la organización.

### Estructura de gobierno de Supratuc2020 S.L.

Supratuc2020, S.L.U. (en adelante SUPRATUC) es una sociedad participada al 50% por la sociedad del Grupo EROSKI, Newcobeco, S.L.U. y EP BidCo, A.S. Por ello, cuenta también con un modelo de gobierno corporativo diferente en algunas cuestiones.

SUPRATUC participa en un 100% en las sociedades Cecosa Supermercados S.L.U. (en adelante CECOSA SUPERMERCADOS), cuyo ámbito de actuación es la zona de Baleares, así como en Caprabo S.A.U. (en adelante CAPRABO), cuyo ámbito de actuación se ubica en Cataluña.

En SUPRATUC, implementamos el modelo de buen gobierno del Grupo EROSKI, que compagina con responsabilidades y competencias propias, consensuadas con el Grupo y desarrolladas a través de sus órganos de gestión propios.

### Consejo de Administración de SUPRATUC

Es el órgano superior de toma de decisiones de SUPRATUC, y se acoge al mismo Código de Conducta que rige al Grupo EROSKI. A fecha de 31 de enero del 2026 está compuesto por cuatro miembros:

- Josu Mugarra Urrutia. Presidencia.
- Rosa Carabel Di Paola. Vocal.
- Lubos Koucky. Secretaría.
- Roman Silha. Vocal.

En términos de información sobre la composición y diversidad del Consejo de Administración de SUPRATUC, de los cuatro consejeros, dos de ellos son ejecutivos, por ser miembros de la Alta Dirección de la matriz del Grupo, conforme al artículo 529 duodécimo de la Ley de Sociedades de capital. Un 25% del consejo está constituido por mujeres y el 75% son hombres.

Se reúne mensualmente en sesión ordinaria, entre las funciones y competencias de este órgano:

- Aprobación de las políticas y estrategias generales de la sociedad.
- Aprobación de Planes Estratégicos.
- Aprobación de Planes de Gestión anuales.
- Autorización de decisiones relativas a aperturas, cierres y traslados de establecimientos comerciales.
- Autorización de inversiones y contrataciones relevantes.
- Aprobación de cambios en el equipo directivo.

Por su parte, las sociedades CAPRABO y CECOSA SUPERMERCADOS, participadas al 100% por SUPRATUC cuentan ambas con un órgano de administración unipersonal, formado por una administradora única, coincidente en ambos casos, y que corresponde con la figura de la Dirección General de Eroski, S. Coop.

### Comité de Dirección de SUPRATUC

Se corresponde con la descrita del Grupo EROSKI, en coordinación con las Direcciones Generales de CAPRABO y CECOSA SUPERMERCADOS. Asimismo, SUPRATUC cuenta con una Dirección Financiera específica.

### Estructura de gobierno de Forum Sport, S.A.

Forum Sport, S.A. (en adelante FORUM SPORT) es una sociedad participada al 86,99% por la sociedad del Grupo EROSKI Newcobeco, S.L.U. y al 13,01% por la sociedad Gestión de Participaciones Forum, S.C.P. Esta última sociedad está participada por los trabajadores de FORUM SPORT, en un 28,34% y la Sociedad del Grupo EROSKI, Cecosa Institucional, S.L.U en un 71,66%.

En FORUM SPORT implementamos el modelo de buen gobierno del Grupo EROSKI, que compagina con responsabilidades y competencias propias, consensuadas con el Grupo y desarrolladas a través de sus órganos de gestión propios.

### Consejo de Administración de FORUM SPORT

Es el órgano superior de toma de decisiones de FORUM SPORT. y se acoge al mismo Código de Conducta que rige al Grupo EROSKI. A fecha 31 de enero de 2026 está compuesto por cuatro miembros:

- Iñigo Arias Ajarrista. Presidencia.
- Ibone Amorrortu Goitia. Vocal.
- Daniel Lacruz Echepare. Vocal.
- Manuela Morote Moreno. Vocal.

En términos de información sobre la composición y diversidad del Consejo de Administración de FORUM SPORT, de los cuatro consejeros, uno de ellos es ejecutivo por ser miembro de la Alta Dirección de la matriz del Grupo, conforme al artículo 529 duodécimo de la Ley de Sociedades de capital. Un 50% del consejo está constituido por mujeres y el otro 50% por hombres.

Este consejo se reúne una vez al trimestre en sesión ordinaria, entre las funciones y competencias de este órgano se destacan:

- Aprobación de las políticas y estrategias generales de la sociedad.
- Aprobación de Planes Estratégicos.
- Aprobación de Planes de Gestión anuales de la sociedad.
- Autorización de decisiones relativas a aperturas, cierres y traslados de establecimientos comerciales.
- Autorización de inversiones y contrataciones relevantes.
- Aprobación de cambios en el equipo directivo.

### Comité de Dirección de FORUM SPORT

Es el órgano responsable de la gestión de FORUM SPORT. A fecha de 31 de enero del 2026 está compuesto por siete miembros, liderados por Diego Llorente Gomez, que ocupa la Dirección General de FORUM SPORT.

Entre las funciones y competencias de este órgano destacan:

- Asuntos delegados por el Consejo de Administración.
- Redacción de Planes Estratégicos y Planes de Gestión.
- Aprobación y desarrollo de planes de ejecución.
- Seguimiento y control de actuaciones.
- Impulso de la cultura corporativa en la organización.

### 1.1.2.2. Información facilitada a los órganos de administración, dirección y supervisión de la empresa y cuestiones de sostenibilidad abordadas por ellos (GOV-2)

Ilustración 2. Modelo de gobierno de información de sostenibilidad



Los órganos de administración, dirección y supervisión, incluidos los comités pertinentes, descritos anteriormente en el apartado [1.1.2.1](#) son informados periódicamente sobre los impactos, riesgos y oportunidades materiales de las cuestiones de sostenibilidad.

Estas comunicaciones abarcan actualizaciones sobre la implementación de la diligencia debida, así como los resultados y la efectividad de las políticas, acciones, parámetros y metas establecidos vinculadas a los impactos riesgos y oportunidades materiales identificados.

El Comité de Análisis de Riesgos realiza anualmente la identificación y priorización de los impactos, riesgos y oportunidades, estableciendo un orden de prioridad conforme a criterios de

probabilidad de ocurrencia y nivel de impacto, siendo supervisado por la Comisión de Auditoría y Cumplimiento previa a la aprobación en el Órgano de Administración. Semestralmente se realiza un seguimiento de los principales riesgos en el Consejo Rector.

A cierre de cada ejercicio, se analiza el estado de situación de cada riesgo y se procede a realizar una cuantificación de los mismos por las direcciones correspondientes, validado en el Consejo de Dirección para su aprobación en el Consejo Rector.

La Comisión de Auditoría y Cumplimiento realiza el seguimiento del control de los riesgos relacionados con la información financiera (SCIIF) y tiene previsto abordar en los próximos ejercicios el seguimiento del control de la información no financiera (SCIIS).

Los impactos, riesgos y oportunidades, tienen su traducción en las metas y objetivos incluidos en el Plan Estratégico y Plan de Gestión de las sociedades del Grupo, cuyo descargo se realiza de forma mensual, tanto en el Consejo de Dirección como en el Órgano de Administración. De la misma forma, también los directores del Consejo de Dirección reportan dos veces al año la situación de los objetivos de su área al Consejo Rector.

El Comité de Sostenibilidad de forma anual revisa y actualiza el Libro de Políticas del Grupo EROSKI, para ratificar su vigencia y en su caso, actualizarlo y trasladarlo a los órganos correspondientes para su aprobación.

En el apartado [1.1.2.5](#) del presente capítulo se incluye una lista detallada de los riesgos, impactos y oportunidades materiales que han sido abordados por el Comité de Sostenibilidad y los órganos de administración, dirección y supervisión durante el periodo de referencia.

El Consejo Rector del Grupo EROSKI es el órgano responsable de la aprobación del Estado de Información No Financiera e Información de Sostenibilidad 2025, que se ha formulado el 30 de abril de 2026 y serán aprobadas por la Asamblea General el próximo 28 de mayo de 2026.

### **1.1.2.3. Integración del rendimiento relacionado con la sostenibilidad en sistemas de incentivos (GOV-3)**

En el Grupo EROSKI como sociedad cooperativa contamos con un modelo retributivo que más allá de atraer, retener y motivar, constituye un medio de comunicación de los valores y principios de la organización con las personas que la conforman. Este modelo establece un marco de retribución, con un límite máximo y un límite mínimo, correspondiente a cada puesto profesional tipo. En nuestro modelo retributivo no aplica la retribución variable en ningún puesto.

El Consejo Rector es el órgano encargado de aprobar la Política de Retribución del Grupo EROSKI, a propuesta de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, así como de garantizar y vigilar su desarrollo en el tiempo. Además, es responsable de aprobar las normativas de aplicación en cada sociedad y decidir, como órgano de recurso, sobre la valoración de los puestos profesionales de la organización.

El Consejo de Dirección del Grupo propone al Consejo Rector las modificaciones que considere en referencia a la Política de Retribución del Grupo, decide sobre las mejoras técnicas vinculadas al desarrollo del modelo retributivo y emite un informe sobre las normativas de

aplicación y desarrollo de las diferentes sociedades del Grupo. La Dirección Social es quien propone las mejoras, herramientas, etc. del modelo de retribución al Consejo de Dirección.

Son los órganos de administración de cada una de las sociedades del Grupo los competentes para aprobar el modelo de retribución en su ámbito de actuación, y quienes proponen las mejoras necesarias al área social, tanto de desarrollo como de aplicación, así como quienes deciden sobre los incrementos salariales anuales de cada sociedad. Cada sociedad podrá implantar los mecanismos adicionales que considere necesarios para desarrollar la Política Retributiva del Grupo en su ámbito de actuación.

A pesar de que no existe una política retributiva de incentivos aplicables vinculada a la consecución de objetivos, metas o impactos en ningún tipo de materia, para los órganos de administración, dirección y supervisión de las sociedades, sí se establecen objetivos de cumplimiento e indicadores de los cuales se realiza seguimiento tanto por la Dirección General como por el Consejo Rector. Existe una valoración cualitativa y cuantitativa de cada persona trabajadora a cierre de cada ejercicio, si bien, esta valoración cuantitativa no da lugar a compensaciones o retribución adicional alguna.

Por tanto, los órganos de administración, dirección y supervisión del Grupo EROSKI no cuentan con sistemas de incentivos por materias de sostenibilidad, ni por otras materias u objetivos. El cargo de consejero en el Consejo Rector no es retribuido, y así lo supervisa la Comisión de Nombramientos y Retribuciones anualmente, al igual que el Consejo Rector. Las personas socias trabajadoras que son miembros del Consejo Rector, perciben su anticipo como persona socia trabajadora por el desarrollo de su trabajo, pero no está vinculado a ningún tipo de incentivo. Este mismo modelo retributivo, de igual modo, aplica a los miembros del Consejo de Dirección y resto de órganos del Grupo EROSKI.

#### **1.1.2.4. Declaración sobre la diligencia debida (GOV-4)**

En el Grupo EROSKI reconocemos que el respeto a los derechos humanos constituye un pilar esencial en el desarrollo de nuestra actividad como grupo de empresas comprometido con un modelo sostenible y ético. Consideramos que este respeto no solo responde a una obligación legal, sino que representa una oportunidad para generar valor compartido y contribuir a una sociedad más justa y sostenible.

Nuestro compromiso de respetar, proteger y promover los derechos humanos universalmente reconocidos, tal como se establecen en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, así como en los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), entre otros, se muestra en nuestras políticas y normativa interna (Códigos de Conducta, Política de Derechos Humanos, etc.). Para más información, sobre nuestras políticas, puede consultarse el apartado [1.1.4.3](#) del presente capítulo 'NEIS 2 – Información general'.

Asimismo, en el Grupo EROSKI entendemos la diligencia debida como un proceso continuo orientado a identificar, prevenir, mitigar y rendir cuentas sobre los impactos adversos reales y potenciales derivados de nuestras operaciones y de nuestra cadena de valor. Los elementos

esenciales de este enfoque se desarrollan en los siguientes apartados del presente Informe de Sostenibilidad:

Tabla 8. Elementos de la diligencia debida y su apartado en el Informe de Sostenibilidad

Elementos esenciales de la diligencia debida	NEIS	Requisito de divulgación	Número de página
Integración de la diligencia debida en la gobernanza, la estrategia y el modelo de negocio	NEIS 2	GOV-2, GOV-3, SBM-3	30, 31, 53
Colaboración con las partes interesadas afectadas en todas las etapas clave de la diligencia debida	NEIS 2	GOV-2, SBM-2, IRO 1, MDR-P	30, 50, 62, 71
	NEIS S1	S1-1, S1-2, S1-3	154, 158, 161
	NEIS S2	S2-1, S2-2, S2-3	188, 189, 192
	NEIS S4	S4-1, S4-2, S4-3	202, 204, 209
	NEIS G1	G1-1, G1-2, G1-5, G1-6	229, 229, 243, 244
Identificación y evaluación de impactos negativos	NEIS 2	SBM-3, IRO-1	53, 62
	NEIS E1	IRO-1	94
	NEIS E3	IRO-1	117
	NEIS E5	IRO-1	126
Adopción de medidas para hacer frente a impactos negativos	NEIS 2	MDR-A	72
	NEIS E1	E1-1, E1-3	85, 100
	NEIS S1	S1-4	162
	NEIS S2	S2-4	194
	NEIS S4	S4-4	211
	NEIS G1	G1-1, G1-2, G1-3, G1-5, G1-6	229, 239, 241, 243, 244
Seguimiento de la eficacia de estos esfuerzos y comunicación	NEIS 2	MDR-M, MDR-T	72, 73
	NEIS E1	E1-3, E1-4, E1-5, E1-6	100, 106, 107, 109
	NEIS S2	S2-4	192
	NEIS S1	S1-5, S1-6, S1-8, S1-9, S1-10, S1-12, S1-13, S1-14, S1-15, S1-16, S1-17	168, 169, 172, 173, 174, 174, 175, 176, 177, 179, 182
	NEIS S2	S2-4	192
	NEIS S4	S4-4	211
	NEIS G1	G1-3, G1-4, G1-5, G1-6	241, 242, 243, 244

### 1.1.2.5. Gestión de riesgos y controles internos de la divulgación de información sobre sostenibilidad (GOV-5)

La gestión de riesgos en el Grupo EROSKI es un proceso por el que se pretende asegurar razonablemente el logro de los objetivos establecidos, así como neutralizar o mitigar los potenciales efectos en la actividad y en los resultados, derivados de la materialización de las amenazas identificadas. Para ello, se determinan los factores que pueden incidir en su eventual incumplimiento y materialización, y se establecen, en su caso, los mecanismos para reconducir sus efectos.

La metodología que utilizamos en la gestión de riesgos en el Grupo EROSKI se basa en el informe COSO, método publicado por el Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission que establece el marco estándar internacional de referencia en materia de control interno para la administración integral de riesgos, y cuyos componentes clave son los siguientes: identificación y clasificación de riesgos, valoración según probabilidad e impacto, definición de respuestas, monitorización y sistemas de reporting internos y externos.

En Grupo EROSKI elaboramos y actualizamos periódicamente el Mapa de Riesgos, que integra riesgos y oportunidades derivados del análisis de doble materialidad. Esta actualización se realiza anualmente o con mayor frecuencia si eventos internos o externos lo requieren. El listado detallado de riesgos se encuentra en el apartado [1.1.4.1](#) del capítulo 'NEIS 2 – Información general'.

Los órganos responsables de la elaboración, ejecución y supervisión del Sistema de Gestión de Riesgos son los siguientes:

- **Consejo Rector:** aprueba los procesos de gestión de riesgos y la actualización del Mapa de Riesgos.
- **Comisión de Auditoría y Cumplimiento:** supervisa la eficacia del sistema de gestión de riesgos implantado. En su reglamento de funcionamiento interno, actualizado en Consejo Rector del Grupo EROSKI del 28 de enero de 2025, se establecen las funciones relacionadas con esta materia que indican que: desempeña responsabilidades de apoyo y supervisión del proceso de identificación y gestión de riesgos, impactos y oportunidades. En el Estatuto de Auditoría Interna se explica el propósito, la autoridad y la responsabilidad de la actividad de Auditoría Interna, y establece en su misión ayudar a la organización a cumplir sus objetivos, aportando al Consejo Rector del Grupo EROSKI, a través de su Comisión de Auditoría y Cumplimiento, un enfoque sistemático y disciplinado de evaluación independiente y de mejora de la eficacia y eficiencia de los procesos de gestión de riesgos, impactos y oportunidades y sistemas de control interno y gobierno.
- **Consejo de Dirección:** titular ejecutivo de la gestión de riesgos, supervisa la evolución de los riesgos, procesos y mecanismos de control conforme a los niveles aceptados por la organización.
- **Comité de Análisis de Riesgos (CAR):** órgano especialista técnico que designa el Consejo de Dirección encargado de la actualización del Mapa de Riesgos.
- **Comité de Sostenibilidad:** en coordinación con las áreas, basándose en el análisis de doble materialidad, identifica riesgos y oportunidades relacionadas con la sostenibilidad, así como el impacto que la gestión de la sociedad está causando en esta área y traslada esta información al CAR para su gestión.

Asimismo, la identificación, evaluación y gestión de los impactos, riesgos y oportunidades de carácter económico, ambiental, de gobernanza y social corresponden principalmente a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, que se apoya en el Comité de Análisis de Riesgos y en el Comité de Sostenibilidad y, en el caso de riesgos penales, en el Comité de Cumplimiento Normativo (CCN).

En el Grupo EROSKI clasificamos o agrupamos los riesgos por origen, tipología y por iniciativa estratégica afectada, más allá de la clasificación estándar definida en COSO (riesgo estratégico, operativo, de *reporting* y de cumplimiento) por considerar que una mayor

alineación con los objetivos e iniciativas estratégicas facilita la gestión y la integración de estos riesgos en el proceso existente para la fijación, seguimiento de objetivos y asignación de funciones y roles.

En el procedimiento de elaboración del Mapa de Riesgos, definimos las diferentes etapas de generación y actualización del Mapa de Riesgos, así como los criterios y las escalas establecidas y revisadas anualmente por el Consejo de Dirección para valorar la probabilidad de que se materialice un riesgo y el impacto derivado del mismo en los objetivos de la empresa. Asimismo, en el Grupo EROSKI priorizamos los riesgos teniendo en consideración:

- Su valoración, a través de las métricas de impacto y probabilidad de ocurrencia, realizada en el transcurso de la actualización del mapa de riesgos por parte del Comité de Análisis de Riesgos y que, posteriormente, valida el Consejo de Dirección, supervisa la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y aprueba el Consejo Rector.
- El grado de afectación de la eventual materialización del riesgo a objetivos estratégicos, en cuyo caso, se activarían los planes de mitigación oportunos para reconducir la situación.

Con periodicidad semestral se realiza un descargo de los riesgos más críticos, que se valida por el Consejo de Dirección previo a su aprobación por el Consejo Rector.

El Comité de Sostenibilidad, de forma mensual reporta al Consejo de Dirección para su seguimiento sobre temas relacionados con la normativa en materia de sostenibilidad, los IRO materiales, el análisis de doble materialidad, metas y objetivos en sostenibilidad, entre otros. Asimismo, reporta ante la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, cuando corresponde, de conformidad con los asuntos competenciales de éste.

Del resultado del análisis indicado en el apartado anterior, y tras el ejercicio de priorización de éstos por el CAR, en la siguiente tabla se han integrado los riesgos principales para el Grupo EROSKI. Asimismo, se detallan los controles preventivos, correctivos y de detección con los que cuenta el Grupo EROSKI para darles respuesta:

Tabla 9. Principales riesgos y las estrategias para mitigarlos, incluidos los controles conexos

Riesgo	Descripción	Estrategias de mitigación y mecanismos de control
<b>Económico</b>		
Evolución desfavorable de la economía y el mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evolución desfavorable de indicadores macroeconómicos: desempleo, consumo, IPC, tipos de interés, tipo de cambio, etc., así como la inestabilidad geopolítica derivada del intervencionismo en países extranjeros, los resultados de procesos electorales y, principalmente, de los conflictos activos en Ucrania y Gaza, por su incidencia en la volatilidad en los precios de los recursos energéticos,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Refuerzo de la relación con los clientes, a través de la tarjeta de fidelización (descuentos...), del surtido de marcas propias...</li> <li>• Precios en referencias básicas alineados con el líder del mercado.</li> <li>• Mejora de la eficiencia vía automatización, gestión de acuerdos a precios adecuados, participación en alianzas sólidas, renegociación de la estructura financiera...</li> </ul>

Riesgo	Descripción	Estrategias de mitigación y mecanismos de control
	<p>el aumento del coste de las materias primas, la disponibilidad de suministros (posibles cortes en la cadena), el consumo privado y en las ventas de la compañía. En el actual entorno, continua la tendencia a la creciente importancia del precio en decisión de compra. Cambios en las estrategias comerciales de principales fabricantes y competidores.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión no eficiente de los (limitados) recursos, que deriva en excedente y desperdicio alimentario.</li> <li>• Reducción significativa de tamaño que puede incidir en la relevancia y resultados económicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monitorización de calidad, publicidad, estudios de mercado...</li> </ul>
<b>Operacional</b>		
Calidad y seguridad y salud alimentaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riesgo para la salud o seguridad de las personas por consumo de un producto propio o de terceros en condiciones no óptimas, con especial atención al producto fresco, y la posible afectación a la confianza de los consumidores.</li> <li>• Encarecimiento de los productos por la elevación de los estándares en su composición y su posible impacto en clientes y ventas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modelo de gestión de calidad robusto (controles analíticos, auditorías del punto de venta y plataformas, auditorías a proveedores...).</li> </ul>
<b>Cumplimiento</b>		
Cumplimiento y cambios regulatorios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambios legislativos y nuevas exigencias regulatorias en materia de sostenibilidad [emisiones de GEI, afectación a los recursos naturales (agua...) y al medio ambiente (áreas protegidas, reciclaje/gestión de residuos...)], transparencia, protección de datos, materia laboral (casos de violencia o acoso, desigualdad laboral...), sistema interno del informante y medidas contra delitos de blanqueo, fraude, corrupción, publicidad engañosa, etc.</li> <li>• El incumplimiento regulatorio puede erosionar la confianza y lealtad de los consumidores, así como derivar en sanciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marco normativo (Código de Conducta, Planes de Prevención de Riesgos Penales, otros programas de cumplimiento en materia de blanqueo de capitales, protección de datos, igualdad, acoso...).</li> <li>• Políticas aprobadas en vigor de distinta naturaleza listadas en el apartado <a href="#">1.1.4.3</a> y descritas en las respectivas normativas temáticas.</li> <li>• Canales (EROSKI, CAPRABO, VEGALSA y FORUM SPORT) de quejas o reclamaciones para identificar y gestionar posibles incidencias con medios digitales para proteger confidencialidad y anonimato.</li> <li>• Supervisión continuada desde los Comités de Cumplimiento.</li> </ul>

Riesgo	Descripción	Estrategias de mitigación y mecanismos de control
Salud y seguridad del trabajador	<ul style="list-style-type: none"> <li>Necesidad de crear entornos de trabajo seguros, así como una cultura de la salud y seguridad que reduzca los riesgos laborales asociados al negocio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Política de Prevención de Riesgos Laborales aprobada y en vigor.</li> <li>Servicio de Prevención y Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales (PRL).</li> <li>Monitorización de indicadores de accidentabilidad y enfermedades profesionales.</li> <li>Formación en PRL.</li> </ul>
<b>Desastres</b>		
Impacto del cambio climático en la cadena de valor y viceversa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Catástrofes naturales, siniestros (contaminación de agua, suelos...) o aumento de temperaturas que lleven a una posible escasez de materias primas o recursos (agua...), a dificultades para acceder al producto fresco y/o que restrinjan el suministro o la apertura de una o varias tiendas temporalmente, incrementando los costes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Políticas aprobadas en vigor (Gestión de Recursos Hídricos y Marinos, Economía Circular, Bienestar Animal, Mitigación y Adaptación al Cambio Climático y Pesca y Acuicultura Sostenible).</li> <li>Análisis de riesgos y oportunidades de cambio climático.</li> <li>Plan de transición para la mitigación del cambio climático.</li> <li>Fomento del consumo de proximidad.</li> <li>Adaptación de los procesos e instalaciones para una mayor ecoeficiencia y uso de energías renovables.</li> </ul>
<b>Personas</b>		
Gestión de personas y condiciones laborales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Necesidad de garantizar condiciones laborales adecuadas (estabilidad, conciliación...), con especial atención a la igualdad de oportunidades y lucha contra la discriminación, que atraigan y retengan el talento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marco normativo (Código de Conducta).</li> <li>Políticas aprobadas en vigor (Conducta Empresarial y Cultura Corporativa, Retribución e Igualdad, Diversidad e Inclusión) así como Planes, tales como Plan de Igualdad y Plan de Atracción y Fidelización del Talento.</li> <li>Canales Internos de Información.</li> </ul>
Derechos humanos en la cadena de valor	<ul style="list-style-type: none"> <li>Riesgo de incumplimiento por parte de los proveedores de los derechos humanos y laborales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Políticas aprobadas en vigor (Derechos humanos y Anticorrupción).</li> <li>En los contratos con proveedores inclusión de una cláusula sobre nuestros Planes de Prevención de Riesgos Penales.</li> <li>En los contratos con franquicias inclusión de una cláusula relativa al Código de Conducta Corporativo.</li> </ul>
<b>Sistemas de información / Procesos</b>		

Riesgo	Descripción	Estrategias de mitigación y mecanismos de control
Digitalización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimientos rápidos en la demanda de clientes a través de canales digitales y necesidad de adaptación. La implantación del teletrabajo está aumentando esta tendencia.</li> <li>• Seguridad de sistemas e información, que evite la interrupción de la actividad y la pérdida de datos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategia omnicanal, con las medidas de seguridad oportunas, sigue avanzando para mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes: plataforma web, Apps: Eroski, Caprabo y Forum Sport. <i>Click&amp;Drive</i>, <i>Click&amp;Collect</i> o taquillas inteligentes.</li> <li>• En Eroski online nuevas gamas de productos de no alimentación, a través de un nuevo <i>marketplace</i>.</li> <li>• Proyectos de innovación de nuevos canales digitales <i>q(uick)-commerce</i>.</li> <li>• Política aprobada en vigor sobre seguridad de la información, así como normativa y procedimientos al respecto</li> <li>• Medidas de seguridad: mejora de capacidades de operaciones de seguridad, protocolos de autenticación multifactorial, formación sobre ciberseguridad, mecanismos de protección de seguridad en todos los canales digitales, ciber póliza, incorporación de capacidades de protección digital corporativa y alerta temprana...</li> </ul>

### 1.1.3. Estrategia

#### 1.1.3.1. Estrategia, modelo de negocio y cadena de valor (SBM-1)

El Grupo EROSKI es el primer grupo de distribución minorista de bienes y servicios de gran consumo de carácter cooperativo en España. Inicia su historia hace más de 50 años, tras la unión de siete pequeñas cooperativas, y hoy en día cuenta con una presencia de liderazgo y alta referencia en el norte del mercado español, especialmente en el País Vasco, Galicia, Navarra, así como, en Baleares. Nuestra diversidad geográfica nos permite adecuar aún más la oferta de productos y servicios que ofrecemos, adaptándonos a las necesidades intrínsecas del mercado y focalizándonos en el producto local.

Nuestro compromiso social y las particularidades inherentes de nuestra actividad comercial se han materializado en un modelo de empresa que prioriza la excelencia en la calidad y en el servicio ofrecido a nuestros clientes. Trabajamos para fortalecer la oferta de productos locales, promover una alimentación saludable y sostenible a precios accesibles y contribuir a la riqueza y al desarrollo social de las comunidades en las que operamos.

### Información fiscal

Tal y como se indica en la Cuenta de Resultados Consolidada de las 'Cuentas anuales Consolidadas de Eroski, S. Coop. y sociedades dependientes correspondiente al ejercicio terminado en 31 de enero de 2026', en el Grupo EROSKI hemos obtenido un beneficio en el ejercicio 2025 de 44.458 miles de euros (81.698 miles de euros de beneficio en el ejercicio 2024), dicho resultado se ha obtenido exclusivamente en España.

En cuanto a la aportación económica y social, durante el ejercicio 2025, el Grupo consolidado ha registrado un gasto de 38.092 miles de euros (45.507 miles de gasto en el ejercicio 2024) en concepto de impuesto sobre beneficios en España. Además, tal y como se indica en la Nota 24 de las 'Cuentas anuales consolidadas de Eroski, S. Coop. y sociedades dependientes correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de enero de 2026' hemos obtenido subvenciones por importe de 1.606 miles de euros durante el ejercicio 2025 (934 miles de euros en el ejercicio 2024). A continuación, presentamos la Cuenta de Resultados Consolidada del Grupo:

Tabla 10. Cuenta de Resultados Consolidada del Grupo EROSKI (miles de euros)

	2025	2024
Ingresos ordinarios	5.727.121	5.559.814
Ingresos ordinarios por ventas	5.486.925	5.335.007
Ingresos ordinarios por prestación de servicios	240.196	224.807
Otros Ingresos	19.365	14.700
<b>Beneficios antes de financieros e impuestos</b>	<b>252.290</b>	<b>244.727</b>
Resultado financiero	(167.136)	(117.549)
Participación beneficio/pérdidas de las inversiones aplicando método de participación	20	27
Impuesto sobre las ganancias	(38.079)	(45.507)
<b>Resultado del ejercicio</b>	<b>47.095</b>	<b>81.698</b>

En 2025, los ingresos ordinarios por ventas del Grupo EROSKI alcanzan la cifra de 5.486.925 miles de euros, cifra que refleja un crecimiento del 2,8% respecto de la registrada en el ejercicio pasado.

Respecto al desglose de ingresos totales por sectores significativos en la Nota 4 de las 'Cuentas anuales consolidadas de Eroski, S. Coop. y sociedades dependientes correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de enero de 2026', reportamos información por segmentos de explotación, algunos de los cuales no son suficientemente relevantes para ser reportados de forma separada en las cuentas anuales consolidadas. Prácticamente todas las ventas se realizan en el mercado nacional. En el Grupo EROSKI identificamos los segmentos operativos en función de los diferentes productos o servicios, diferenciando:

- **Alimentario:** incluye el negocio de distribución de productos de consumo a través de supermercados, hipermercados y gasolineras en el territorio español. Los ingresos correspondientes a las actividades relacionadas con el sector de los combustibles fósiles ascienden a 168.606 miles de euros, un 2,77% de la facturación total del Grupo (155.133 miles de euros y un 2,64% de la facturación total en 2024).

- **Inmobiliario:** incluye el desarrollo de proyectos inmobiliarios para la venta y explotación de centros comerciales.
- **Resto negocios:** integra otros negocios como son la venta de equipamiento deportivo y otros menores.

Más allá de los segmentos detallados, en el Grupo EROSKI no realizamos ni participamos en otras actividades como, la producción de productos químicos, de armas, ni en el cultivo y la producción de tabaco.

Tabla 11. Ingresos ordinarios del período

	2025	2024
Alimentario	5.575.896	5.416.618
Inmobiliario	22.610	17.277
Resto negocios	131.310	125.920
Otras operaciones	(2.695)	(1)
<b>Total</b>	<b>5.727.121</b>	<b>5.559.814</b>

Nuestra misión, visión y valores definidos para el Plan Estratégico 2024-2026 son las siguientes:

### Misión

Somos una agrupación principalmente de tiendas de alimentación cuya misión primordial es generar resultado empresarial actual y futuro para:

- Crear riqueza en el entorno.
- Satisfacer a las personas consumidoras y trabajadoras.
- Fomentar la salud y el bienestar.

Nos guiamos por valores cooperativos y creemos en la gestión participativa y la colaboración en el trabajo.

### Visión

Ser líderes o la empresa preferida para las personas consumidoras ofreciendo productos de calidad y para el entorno en que operamos.

### Valores

- **Responsabilidad económica, social, y ambiental:** generamos resultados para sostener el proyecto socio-empresarial y para generar riqueza en cada entorno. Queremos un reparto solidario y sostenible medioambientalmente.
- **Compromiso consumidor:** comprometidos no sólo con los socios cliente, sino en una visión amplia del consumidor como persona ciudadana a la que queremos servir y satisfacer. Ofreciéndole buenos productos y precios, escuchándole para mejorar.
- **Participación:** es un derecho y una obligación de las personas trabajadoras. Es un compromiso en la gestión empresarial y social, implica autoexigencia, corresponsabilidad y búsqueda de la mejora continua basada en la autogestión.

- **Confianza:** nos importan las relaciones basadas en la honestidad y la sencillez. La transparencia es nuestra forma de trabajar entre personas.
- **Innovación:** creemos en la actitud de apertura al cambio, en la búsqueda permanente de mejoras, sobre todo en ofrecer a la clientela lo que necesita, como modo de progresar en la empresa y en la sociedad.

### Estrategia

En el Grupo analizamos nuestra estrategia, así como el papel de la Sostenibilidad en el Grupo en cada ciclo estratégico. En el ciclo estratégico actual (2024-2026), la Sostenibilidad es uno de los ejes más relevantes que configuran la posición estratégica deseada, junto con otras iniciativas estratégicas para avanzar en materias tan relevantes como: producto, precio, clientela y personas trabajadoras.

En coherencia con nuestra visión y compromiso con la comunidad, queremos distinguirnos por facilitar a las personas consumidoras una alimentación segura, saludable y sostenible. Por eso, desde 2018 contamos con los 10 Compromisos del Grupo EROSKI por la Salud y la Sostenibilidad, que se desglosan en:

Tabla 12. Diez Compromisos por la Salud y Sostenibilidad

Compromisos por la Salud y la Sostenibilidad	Objetivos de Desarrollo Sostenible	Aspiraciones del Código de Conducta UE
<p><b>1. Nos implicamos con la seguridad alimentaria.</b></p> <p>Estamos comprometidos con la seguridad alimentaria, a través de un plan de calidad preventivo, el control de la trazabilidad de los productos y el mantenimiento de la cadena de frío de los frescos.</p>	  	<p>1. Dietas saludables</p> <p>4. Cadena de valor eficiente y circular</p>
<p><b>2. Promovemos una alimentación equilibrada.</b></p> <p>Promovemos el consumo de los alimentos necesarios y convenientes para una alimentación equilibrada, reducimos nutrientes cuyo consumo excesivo es perjudicial para la salud en los productos de nuestras marcas.</p>	   	<p>1. Dietas saludables</p> <p>4. Cadena de valor eficiente y circular</p> <p>7. Abastecimiento sostenible</p>
<p><b>3. Prevenimos la obesidad infantil.</b></p> <p>Trabajamos para prevenir la obesidad infantil, promoviendo y facilitando una alimentación equilibrada para la infancia, priorizando la calidad nutricional de nuestros productos infantiles y formando a dos millones de niños y sus familias en hábitos de vida saludable para 2025.</p>	 	<p>1. Dietas saludables</p> <p>6. Cooperación</p>

Compromisos por la Salud y la Sostenibilidad	Objetivos de Desarrollo Sostenible	Aspiraciones del Código de Conducta UE
<p><b>4. Atendemos las necesidades nutricionales específicas.</b></p> <p>Trabajamos para que las personas con necesidades específicas encuentren en nuestras tiendas todo lo necesario para su alimentación, ampliando la diversidad de la oferta (productos sin gluten, sin lactosa, vegetarianos y veganos, ecológicos, etc.) y ofreciendo alternativas como nuestro servicio de encargos o nuestra tienda online.</p>	 	<p>1. Dietas saludables</p> <p>6. Cooperación</p>
<p><b>5. Favorecemos un consumo responsable.</b></p> <p>Facilitamos una alimentación sostenible, reduciendo el impacto ambiental de nuestros procesos, tiendas y productos. Nuestros productos están orientados a la economía circular (ecodiseño de envases, reducción del desperdicio alimentario, potenciando el reciclado) y a la descarbonización de toda nuestra cadena de suministro. Además, promovemos los productos ecológicos y los procedentes de procesos de producción más sostenibles, así como la reducción de aditivos artificiales y el bienestar animal.</p>	         	<p>1. Dietas saludables</p> <p>2. Prevención del desperdicio alimentario</p> <p>3. Neutralidad climática de la cadena de valor</p> <p>4. Cadena de valor eficiente y circular</p> <p>6. Cooperación</p> <p>7. Abastecimiento sostenible</p>
<p><b>6. Ofrecemos más productos locales.</b></p> <p>Contribuimos al desarrollo del entorno social y económico de nuestras tiendas y promovemos la cultura y el desarrollo local en la comunidad a través de eventos gastronómicos, visitas a las instalaciones de producción, colaborando en las fiestas de mayor arraigo y tradición y canalizando a la sociedad y al entorno recursos propios y de terceros en proyectos de solidaridad y acción social.</p>	   	<p>3. Neutralidad climática de la cadena de valor</p> <p>4. Cadena de valor eficiente y circular</p> <p>5. Crecimiento económico</p> <p>6. Cooperación</p> <p>7. Abastecimiento sostenible</p>
<p><b>7. Facilitamos comer bien a buen precio.</b></p> <p>Mejoramos los precios en los productos necesarios para llevar una alimentación equilibrada y responsable y desarrollamos propuestas de ahorro personalizadas para nuestros socios cliente.</p>	   	<p>1. Dietas saludables</p>
<p><b>8. Actuamos desde la escucha, con claridad y transparencia.</b></p> <p>Actuamos de forma clara y transparente, contando siempre con la participación de las personas socias, trabajadoras y clientes, así como otros grupos de interés. Además, buscamos la máxima claridad y transparencia en la información que ofrecen nuestros envases.</p>		<p>1. Dietas saludables</p> <p>6. Cooperación</p>

Compromisos por la Salud y la Sostenibilidad	Objetivos de Desarrollo Sostenible	Aspiraciones del Código de Conducta UE
<p><b>9. Nos cuidamos como trabajadores.</b></p> <p>Promovemos la formación en materia de salud, bienestar y consumo responsable con el objetivo de mejorar la calidad de vida de nuestras personas trabajadoras, ofreciendo formación, asesoramiento, actividades, programas y herramientas para nuestra plantilla y sus familias.</p>		<p>5. Crecimiento económico</p>
<p><b>10. Impulsamos un estilo de vida más saludable.</b></p> <p>Impulsamos la información de calidad sobre salud y sostenibilidad a través de canales como la revista EROSKI Consumer y <a href="http://www.consumer.es">www.consumer.es</a>. Además, disponemos de nuestro programa de asesoramiento personalizado para las personas socias de EROSKI Club.</p>		<p>1. Dietas saludables 6. Cooperación</p>

En 2025 hemos culminado el ciclo para el que desplegamos dichos compromisos, por lo que a lo largo de 2025 hemos puesto en marcha el proceso de actualización de nuestros compromisos, y como resultado del mismo hemos aprobado y presentado los nuevos ‘Compromisos Contigo’. El proceso de trabajo ha supuesto la implicación de más de 5.000 personas, pertenecientes a todos los grupos de interés de la organización: personas trabajadoras y personas socias de trabajo, personas consumidoras y socias de consumo, clientela, representantes del tercer sector (en lo ambiental y en lo social), administraciones, empresas proveedoras, medios de comunicación y mundo académico.

Los nuevos ‘Compromisos Contigo’ suponen una propuesta ambiciosa, completamente coherente e integrada con nuestra Misión, Visión y Valores, y que da cobertura a la totalidad del ámbito ambiental, social y de gobernanza.

La ambición de los nuevos Compromisos Contigo es la siguiente:

*En el Grupo EROSKI, fieles a nuestra esencia de empresa de distribución de base cooperativa y a nuestra misión, visión y valores, trabajamos para alcanzar resultados empresariales y generar impacto social positivo, especialmente en nuestro entorno más cercano, en el marco de una gobernanza sólida y del desempeño eficiente de nuestra responsabilidad ambiental. Queremos declararlo a través de 5 Compromisos.*

- 1. Nos comprometemos a FOMENTAR la alimentación saludable.** Somos una agrupación de tiendas que busca ofrecer productos de calidad y contribuir en la buena alimentación de las personas consumidoras. Ofreceremos una alta variedad de productos saludables, con dinamismo comercial y ahorro, especialmente en los productos frescos. Ofreceremos productos de marca propia con información nutricional avanzada y con buena posición

nutricional. Formaremos a niñas y niños para prevenir la obesidad infantil. Difundiremos información para una buena alimentación.

**2. Nos comprometemos a GENERAR riqueza local y solidaridad en el entorno.**

Porque nos importa la sociedad de la que formamos parte, desde el pequeño productor agroalimentario hasta las personas que necesitan ayuda. Impulsaremos los productos locales, especialmente de pequeñas y medianas empresas, en nuestras tiendas. Acompañaremos a las empresas productoras locales para que sus procesos sean más eficientes y sostenibles. Impulsaremos proyectos de acción social que fomenten la solidaridad con colectivos vulnerables, y la inclusión social. Devolveremos a la sociedad parte de nuestros resultados empresariales a través proyectos sociales.

**3. Nos comprometemos a PROMOVER la satisfacción y el desarrollo de las personas trabajadoras.**

Porque nos importa el bienestar de las personas trabajadoras. La participación en la marcha del negocio y la mejora de condiciones nos guía y energullece. Ofreceremos programas para contribuir a su bienestar, cuidando de su salud tanto física como mental. Crearemos espacios para la participación real de las personas trabajadoras gracias a un liderazgo compartido a fin de conseguir objetivos comunes. Ofreceremos oportunidades para evolucionar y aprender. Garantizamos la igualdad de oportunidades y la ausencia de discriminación, apoyando la inclusión en el trabajo.

**4. Nos comprometemos a ESCUCHAR e INFORMAR a las personas consumidoras.**

Porque hacemos empresa también con las personas consumidoras. Informarles les ayuda a tomar mejores decisiones y escucharles nos ayuda a mejorar. Informaremos a las personas consumidoras para facilitarles una buena alimentación y un consumo responsable, ayudándoles a superar barreras tecnológicas. Mantendremos un diálogo continuo para conocer sus necesidades. Actuaremos de forma transparente y ética, impulsado por prácticas de buen gobierno. Ofreceremos el mejor servicio a la clientela, en tienda y otros canales de contacto.

**5. Nos comprometemos a MEJORAR la sostenibilidad ambiental.**

Porque nos importa el futuro del planeta, trabajamos en mejorar la sostenibilidad de la cadena de valor. Ecodiseñamos nuestros envases para mejorar su circularidad. Reducimos las emisiones de CO<sub>2</sub> y otros gases de efecto invernadero. Reducimos el desperdicio alimentario mediante prevención, donaciones o transformación de excedentes. Avanzamos en certificar el bienestar animal con foco en nuestras marcas propias.

De estos Compromisos se derivan planes y metas que desplegaremos en los sucesivos planes de gestión anuales, a partir del próximo ejercicio 2026.

Los ejes de posicionamiento estratégicos que componen nuestro modelo de negocio también integrados con nuestra visión y Compromisos descritos previamente son los siguientes:

Tabla 13. Posicionamiento estratégico y su relación las NEIS

Ejes de posicionamiento	Descripción	NEIS conectado
<b>Diferenciación</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Local</li> <li>Alimentación saludable</li> </ul>	Nos diferenciaremos por lo local y la alimentación saludable para lo que nos enfocaremos en su comunicación y puesta en valor.	S-2
<b>Avanzados / Higiénicos</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia cliente</li> <li>Sostenibilidad</li> <li>Innovación</li> </ul>	No renunciaremos a la experiencia de cliente centrada en el trato y la escucha, mientras que mantendremos elementos como la sostenibilidad y la innovación como higiénicos.	S-4 E-1 / E-3 / E-5 G-1
<b>Campo de juego</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Amplitud de surtido</li> <li>Calidad</li> <li>Precio</li> </ul>	Aseguraremos e invertiremos la mayor parte de nuestros recursos y capacidades en mejorar nuestra propuesta comercial: amplitud de surtido, la calidad y sobre todo el precio.	S-4 G-1
<b>ADN</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Social</li> </ul>	Reforzaremos nuestra identidad y compromiso social, marcado por nuestro modelo empresarial como cooperativa de consumo.	S-1

### Modelo de negocio

Contamos con un modelo de negocio multiformato que nos permite responder a las necesidades de la clientela a través de diferentes tipos de establecimientos que van desde la alimentación, como negocio principal, hasta gasolineras, tiendas de productos deportivos, ópticas y seguros.

Actualmente contamos con una red comercial omnicanal de 1.490 tiendas físicas que conforman una superficie comercial de 1,12 millones de metros cuadrados y 7 tiendas online.

Asimismo, disponemos de líneas de negocio con varias enseñas y formatos comerciales que se adaptan a las zonas geográficas concretas donde operamos para atender las necesidades y expectativas de las personas consumidoras.

Desarrollamos nuestra actividad a través de dos negocios principales, de alimentación y de diversificación:

Ilustración 3. Modelo de negocio multiformato



Los negocios de alimentación, que suponen el 95% de las ventas, son los siguientes:

- **Hipermercados:** contamos con una red de hipermercados, ubicados principalmente en el norte de España. En ellos ofrecemos una amplia variedad de productos de alimentación y de no alimentación (calzado, confección, textil hogar, menaje de cocina, repuestos de automóvil, bricolaje, librería y papelería, deportes y juguetes, entretenimiento y electrónica, electrodomésticos, joyería, entre otros).
- **Supermercados:** disponemos de tiendas propias y franquiciadas. Las gestionamos bajo distintas enseñas según su modelo comercial y su localización: EROSKI city, CAPRABO, EROSKI Center, ALIPROX, FAMILIA, ONDA y Rapid. Tanto EROSKI como CAPRABO y FAMILIA cuentan con sus propias tiendas online.
- **Cash & Carry:** disponemos de las tiendas Cash Record, que ofrecen productos de alimentación, droguería, menaje y bodega, en formatos dirigidos al canal HORECA y al comercio minorista, además de una sección de no alimentación. Cash Record dispone también de tienda online.
- **Ópticas:** ofrecemos servicios ópticos con una amplia gama de productos (gafas graduadas y de sol, lentes de contacto, líquidos y accesorios). Estos establecimientos se encuentran ubicados dentro de algunos de nuestros hipermercados, por lo que no se contabilizan como centros independientes en la red comercial.

Los negocios de diversificación, que suponen el 5% de las ventas, son los siguientes:

- **Ocio y deporte:** disponemos de tiendas físicas, propias y franquiciadas. Además de las tiendas FORUM SPORT, orientadas a la venta de material deportivo, contamos con tiendas especializadas en *sneakers* y moda joven bajo la marca Dooers. Asimismo, contamos con dos tiendas online para este negocio: [dooerssneakers.com](https://dooerssneakers.com) y [forumsport.com](https://forumsport.com).
- **Gasolineras:** contamos con gasolineras, ubicadas estratégicamente junto a nuestros supermercados e hipermercados, en las que ofrecemos precios competitivos, facilidades de pago y descuentos.
- **Seguros:** ponemos a disposición de la clientela un comparador de seguros online (<https://eroskiasegura.es>) para facilitar la búsqueda del seguro que mejor se adapte a sus necesidades (vida, hogar, coche, moto, salud, viajes y mascotas).

En nuestro negocio de alimentación ofrecemos una amplia gama de productos frescos y envasados, de producción local, nacional e internacional, procedentes de proveedores de confianza. Disponemos también de un amplio surtido de productos de droguería y perfumería, así como de productos de bazar, electrodomésticos y electrónica, librería, juguetes y textil.

En los diferentes formatos minoristas descritos, ponemos a disposición de las personas consumidoras una oferta que combina desde productos básicos de uso diario hasta productos no alimentarios, diseñada para satisfacer las expectativas de quienes buscan buen precio, calidad, autenticidad y un servicio excelente. Desarrollamos una estrategia multimarca que permite elegir entre una gran variedad de marcas, tanto marcas fabricantes como nuestra marca propia, reforzando la presencia de productos locales en las regiones donde operamos. Nuestra marca propia representa nuestros valores y nos permite ofrecer productos de calidad con un enfoque en la salud, la sostenibilidad y el compromiso con los productores locales, adaptándonos a distintos niveles de precio.

Durante el año 2025 hemos ampliado nuestra red con la apertura de 60 tiendas físicas (13 propias y 47 franquiciadas). En paralelo, hemos llevado a cabo 53 cierres (15 tiendas propias y 38 franquiciadas), con el objetivo de adaptar la estructura de negocio a las nuevas necesidades del entorno.

Además, en 2025 hemos continuado transformando nuestra red comercial hacia el modelo de nueva generación, con el fin de ofrecer una mejor experiencia a nuestros clientes y dar respuesta a las demandas de la sociedad enmarcadas en las nuevas tendencias de sostenibilidad y digitalización. A través de la innovación, nuestras tiendas de nueva generación siguen modelos multiformato que combinan la autogestión con un trato cercano u personalizado. Otra de sus señas de identidad es el protagonismo que reciben los productos locales y frescos. Asimismo, estas tiendas incorporan también medidas de ecoeficiencia tal y como se describe en el apartado [2.2.3.3](#) de la 'NEIS EI – Cambio climático'. En 2025 hemos realizado 35 transformaciones, alcanzando que el 78% de la red cuente ya con este modelo comercial.

Tabla 14. Número de tiendas a 31 de enero de 2026

	2025			2024		
	Propias	Franquiciadas	Total	Propias	Franquiciadas	Total
Hipermercados	36	-	36	36	-	36
Supermercados	723	612	1.335	724	603	1.327
Cash & Carry	14	-	14	16	-	16
Gasolineras	40	-	40	40	-	40
Ocio y deporte	63	2	65	63	1	64
<b>Total</b>	<b>876</b>	<b>614</b>	<b>1.490</b>	<b>879</b>	<b>604</b>	<b>1.483</b>

Tabla 15. Distribución de los establecimientos físicos por comunidad autónoma y negocio

	Establecimientos propios						Establecimientos franquiciados				Total
	Hipermercados	Supermercados	Cash & Carry	Gasolineras	Ocio y deporte	Total propios	Hipermercados	Supermercados	Ocio y deporte	Total franquiciados	
Andalucía	2	-	-	1	-	3	-	63	-	63	66
Andorra	-	-	-	-	-	-	-	5	1	6	6
Aragón	-	37	-	1	2	40	-	28	-	28	68
Asturias	-	14	1	2	6	23	-	2	-	2	25
Cantabria	1	7	-	1	5	14	-	7	-	7	21
Castilla y León	1	21	-	1	11	34	-	19	1	20	54
Castilla-La Mancha	-	-	-	-	-	-	-	7	-	7	7
Cataluña	-	164	-	1	2	167	-	115	-	115	282
Ceuta	-	-	-	-	-	-	-	2	-	2	2
Comunidad Valenciana	-	-	-	-	1	1	-	13	-	13	14
Extremadura	-	-	-	-	-	-	-	4	-	4	4
Galicia	7	143	13	5	2	170	-	84	-	84	254
Gibraltar	-	-	-	-	-	-	-	5	-	5	5
Islas Baleares	-	112	-	4	-	116	-	68	-	68	184
La Rioja	1	11	-	1	3	16	-	7	-	7	23
Madrid	-	-	-	-	-	-	-	27	-	27	27
Murcia	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	1
Navarra	2	54	-	4	6	66	-	38	-	38	104
País Vasco	22	160	-	19	25	226	-	117	-	117	343
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>723</b>	<b>14</b>	<b>40</b>	<b>63</b>	<b>876</b>	<b>-</b>	<b>612</b>	<b>2</b>	<b>614</b>	<b>1.490</b>

### Cadena de valor

Nuestro modelo de negocio es viable no solo por las propias operaciones del Grupo EROSKI, sino también por los agentes que completan nuestra cadena de valor. En el Grupo tenemos el objetivo de optimizar nuestra cadena de valor, para dar respuesta a las necesidades de las personas consumidoras teniendo acceso a una alimentación de calidad a buen precio. Esto alcanza desde la relación con los productores y proveedores (fases anteriores), pasando por la gestión y operación interna del Grupo EROSKI en sus distintas líneas de negocio (operaciones propias), hasta la entrega de valor a nuestros clientes e interacción con los franquiciados (fases posteriores).

De esta forma, en el presente Informe de Sostenibilidad, tenemos en cuenta en el alcance de la información divulgada tanto los impactos, riesgos y oportunidades de las propias operaciones del Grupo EROSKI como las correspondientes a las fases anteriores y posteriores de nuestra cadena de valor.

Ilustración 4. Cadena de valor del Grupo EROSKI



### Fases anteriores de la cadena de valor

En las fases anteriores de nuestra cadena de valor, identificamos principalmente a nuestros proveedores, tanto a los que nos proporcionan los productos que comercializamos, como a los que nos proporcionan suministros y prestan soporte en términos de servicios. Asimismo, mantenemos una relación estrecha con los productores locales. En el capítulo [NEIS S2 – Trabajadores de la cadena de valor](#) se detalla más información sobre las empresas proveedoras y su clasificación.

### Operaciones propias

Dentro de las operaciones propias consideramos la sede, las instalaciones y los establecimientos propios del Grupo EROSKI en los que se desarrollamos las operaciones principales de los negocios del Grupo previamente descritos en la [‘Ilustración 3. Modelo de negocio multiformato’](#).

### Fases posteriores de la cadena de valor

La fase posterior de la cadena de valor comprende la distribución de nuestros productos a los establecimientos del Grupo EROSKI (propios y franquiciados) para ponerlos a disposición de nuestros clientes. Los agentes principales que actúan en esta fase de nuestra cadena de valor son los siguientes:

- Empresas proveedoras de servicios logísticos y sus trabajadores.
- Empresas franquiciadas y sus trabajadores.
- Clientela y consumidores finales.

En los capítulos [NEIS S2 – Trabajadores de la cadena de valor](#) y [NEIS S4 – Consumidores y usuarios finales](#) se describen a detalle los agentes y su relación con el Grupo EROSKI.

### 1.1.3.2. Intereses y opiniones de las partes interesadas (SBM-2)

Nuestros grupos de interés son entidades o colectivos vinculados a Grupo EROSKI a lo largo de la cadena de valor y en el entorno donde desarrollamos nuestra actividad, con capacidad para influir en nuestro Grupo mediante sus decisiones y opiniones. Aspiramos a generar un impacto positivo en los ámbitos en los que operamos. Para ello, consideramos esencial mantener una relación sólida y de colaboración con nuestros grupos de interés, basada en el diálogo continuo, la cooperación y la transparencia.

Durante el 2024, en línea con la Directiva de Reporte de Sostenibilidad Corporativa, identificamos los grupos de interés relevantes para el Grupo EROSKI. Además de las comunicaciones y colaboraciones habituales en el marco de nuestro proceso de debida diligencia (véase [1.1.2.4](#) del presente capítulo), les involucramos específicamente en el análisis de doble materialidad. Su participación nos permitió recoger e incorporar los aspectos que consideran más relevantes y que, por tanto, deben integrarse en nuestra estrategia y modelo de negocio. Para más detalle sobre su participación, puede consultarse el apartado [1.1.4.1](#) de este capítulo.

Ilustración 5. Grupos de interés



Contamos con estrategias, medidas, objetivos y canales de comunicación y diálogo para hacer partícipes a los grupos de interés en nuestras actividades y en la toma de decisiones, aspecto clave para ejercer nuestra responsabilidad social y gestionar de forma adecuada nuestros impactos. Estos mecanismos de comunicación y colaboración los detallamos para cada grupo de interés a lo largo del informe en el apartado que se indica en la siguiente [Tabla 16](#). En coherencia con esta vocación, trabajamos para conocer sus expectativas, intereses y opiniones y reforzar nuestro compromiso con la satisfacción de sus necesidades. Dichos aspectos se canalizan para su análisis y consideración en el Comité de Sostenibilidad.

Durante el proceso de la elaboración del presupuesto anual, así como el de elaboración del Plan Estratégico, el Comité de Sostenibilidad analiza las propuestas recibidas de los distintos grupos de interés en materia de sostenibilidad planteando objetivos de mejora para su aprobación en el Consejo de Dirección.

A continuación, se describen brevemente los grupos de interés y se indica el capítulo en el Informe donde se desarrolla a detalle su relación con la empresa.

Tabla 16. Descripción de los grupos de interés

Grupo de interés	Descripción del grupo de interés	Apartado en el Informe de Sostenibilidad
Cientela	Personas que mantienen una relación transaccional directa con el Grupo EROSKI, con distintos grados de fidelidad y recurrencia, y que valoran la calidad, el surtido, el precio y la experiencia de compra en los diferentes formatos físicos y digitales.	3.3 NEIS S4 - Consumidores y usuarios finales
Personas consumidoras	Conjunto más amplio y diverso de individuos y hogares que toman decisiones de compra en el mercado de la distribución, con distintos niveles de conocimiento de la marca y expectativas heterogéneas en función de hábitos, valores y factores socioeconómicos.	3.3 NEIS S4 - Consumidores y usuarios finales
Personas trabajadoras	Plantilla propia del Grupo EROSKI que desempeña su actividad en tiendas, plataformas, sedes y negocios diversificados, con una relación laboral directa y expectativas vinculadas al empleo, las condiciones laborales, la salud, la seguridad y el desarrollo profesional.	3.1 NEIS S1 - Personal propio
Personas socias trabajadoras	Personas que, además de ser trabajadoras, son socias de la cooperativa, participando en la propiedad, la gobernanza y la toma de decisiones, y manteniendo un vínculo estructural con la evolución del proyecto empresarial y cooperativo.	3.1 NEIS S1 - Personal propio
Personas socias de consumo	Personas consumidoras que mantienen una relación con el Grupo EROSKI participando en los órganos societarios e iniciativas específicas de escucha y mejora de la propuesta de valor.	3.3 NEIS S4 - Consumidores y usuarios finales
Empresas proveedoras	Organizaciones que suministran productos o servicios y que forman parte de la cadena de valor, con impacto en la calidad, la seguridad, la sostenibilidad y el desempeño comercial.	3.2 NEIS S2 - Trabajadores de la cadena de valor
Empresas emprendedoras franquiciadas	Operadores que desarrollan su actividad bajo las enseñanzas del Grupo, contribuyendo a la expansión y gestión de la red comercial en distintos territorios.	3.2 NEIS S2 - Trabajadores de la cadena de valor
Tercer sector y otros agentes sociales	ONG, fundaciones y entidades sociales con las que se colabora en iniciativas de impacto social, inclusión y desarrollo del entorno.	Tabla 17. Mecanismos de comunicación y colaboración con los grupos de interés
Entidades financieras e inversores	Bancos, aseguradoras e inversores interesados en el desempeño financiero, ESG y en la solvencia y estabilidad de la empresa.	Tabla 17. Mecanismos de comunicación y

Grupo de interés	Descripción del grupo de interés	Apartado en el Informe de Sostenibilidad
		colaboración con los grupos de interés
Gobiernos y comunidad empresarial	Administraciones públicas, organismos reguladores, asociaciones sectoriales y otras entidades del entorno empresarial.	Tabla 17. Mecanismos de comunicación y colaboración con los grupos de interés
Medios de comunicación	Prensa, radio, televisión y medios digitales que difunden información sobre la actividad del Grupo y contribuyen a la proyección pública.	Tabla 17. Mecanismos de comunicación y colaboración con los grupos de interés

En el Grupo EROSKI contamos con mecanismos de comunicación y colaboración que facilitan la identificación de cuestiones y preocupaciones clave de cada grupo de interés. Los mecanismos de diálogo y los procesos de colaboración específicos con cada grupo se divulgan en los estándares temáticos a lo largo del informe de acuerdo con la referencia indicada en la tabla anterior.

Sin embargo, para efectos de reporte, a continuación, se presentan dichos mecanismos para los grupos de interés con colaboración transversal:

Tabla 17. Mecanismos de comunicación y colaboración con los grupos de interés

Grupo de interés	Mecanismo de comunicación y colaboración	Cuestiones y preocupaciones clave	Resultados de la colaboración
Entidades financieras e inversores	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe de Gobierno Corporativo.</li> <li>Informe de Cuentas Anuales Consolidadas.</li> <li>Informe de Sostenibilidad.</li> <li>Notas y ruedas de prensa.</li> <li>Página web de la CNMV.</li> <li>Página web corporativa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Innovación.</li> <li>Cambio climático.</li> <li>Gestión ética y responsable.</li> <li>Servicio al cliente.</li> <li>Empleo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejora de la transparencia y rigor en la información.</li> <li>Aplicación de las mejoras prácticas de gobierno corporativo y control de riesgos.</li> <li>Relaciones de confianza a largo plazo.</li> <li>Diálogo fluido, transparente y cercano.</li> </ul>
Gobiernos y comunidad empresarial	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acuerdos y convenios de colaboración.</li> <li>Reuniones con representantes públicos.</li> <li>Asociaciones empresariales y de cooperativas de consumidores (ACES, ANGED, AECOC, HISPACOO, etc.).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión ética y responsable.</li> <li>Cambio climático.</li> <li>Igualdad de género y diversidad.</li> <li>Empleo.</li> <li>Seguridad y salud laboral.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Respeto al principio de legalidad, de cumplimiento y respeto a la normativa.</li> <li>Asesoramiento y colaboración con las instituciones.</li> <li>Buen gobierno corporativo.</li> </ul>

Grupo de interés	Mecanismo de comunicación y colaboración	Cuestiones y preocupaciones clave	Resultados de la colaboración
Medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Notas de prensa.</li> <li>• <i>Press briefings</i>.</li> <li>• Entrevistas.</li> <li>• Web corporativa.</li> <li>• Redes sociales.</li> </ul>	No aplica.	No aplica.
Tercer sector y otros agentes sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones con los representantes de las organizaciones.</li> <li>• Comité Científico de la Fundación EROSKI.</li> <li>• Universidades: convenios y becas.</li> <li>• ONG: convenios de colaboración, patrocinios, jornadas y <i>stands</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accesibilidad.</li> <li>• Cumplimiento normativo.</li> <li>• Desperdicio alimentario.</li> <li>• Acción social y solidaridad.</li> <li>• Empresa socialmente responsable.</li> <li>• Empleo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejora de la transparencia y rigor en la información.</li> <li>• Diálogo fluido, transparente y cercano.</li> </ul>

### 1.1.3.3. Impactos, riesgos y oportunidades materiales y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio (SBM-3)


Como resultado del ejercicio de doble materialidad descrito posteriormente en el apartado [1.1.4.1](#) del presente capítulo, hemos identificado los estándares que emergen como materiales para el Grupo EROSKI y sobre los que se reporta en el presente informe:

- E1 – Cambio climático
- E3 – Agua y recursos marinos
- E5 – Uso de los recursos y economía circular
- S1 – Personal propio
- S2 – Trabajadores de la cadena de valor
- S4 – Consumidores y usuarios finales
- G1 – Conducta empresarial

Para cada una de las NEIS reportadas, hemos identificado los impactos positivos y negativos, así como los riesgos y las oportunidades materiales asociadas tanto a nuestras operaciones como a nuestra cadena de valor. Este análisis considera su afectación a las personas y el medioambiente, así como el horizonte temporal en el que dichos impactos se prevén como más probables.

Tabla 18. Impactos, riesgos y oportunidades materiales

Asunto material CSRD	Impactos, riesgos y oportunidades materiales	Tipo de IRO <sup>1</sup>	Horizonte temporal			Cadena de valor		
			Corto	Medio	Largo	Ascendente	Op. propias	Descendente
<b>Medio ambiente</b>								
<b>EI - Cambio climático</b>								
Mitigación del cambio climático	<b>Emisiones de CO<sub>2</sub> eq. procedentes del consumo de combustible (alcance 1 y 2):</b> generación de emisiones de GEI directas, principalmente en el transporte y mantenimiento de establecimientos, contribuyendo así al calentamiento global.	IN	X			X	X	
	<b>Emisiones de CO<sub>2</sub> eq. de clientes y proveedores (alcance 3):</b> generación de emisiones de alcance 3 de Grupo EROSKI, principalmente relacionadas con los viajes de trabajo y combustible consumido en el transporte.	IN	X			X		X
	<b>Sanción por exceso emisiones:</b> dado que las regulaciones ambientales son cada vez más estrictas, la generación de emisiones de GEI puede resultar en sanciones económicas si Grupo EROSKI no cumple con las normativas.	R		X		X	X	X
	<b>Costes por derechos de emisiones:</b> debido a la generación de emisiones indirectas, el Grupo EROSKI se puede ver obligado a pagar por derechos de emisión, lo que puede derivar en gastos adicionales, que impactarían en su rentabilidad y competitividad en el mercado.	R		X				X
Adaptación al cambio climático	<b>Medidas de adaptación al cambio climático:</b> la implementación de medidas de adaptación al cambio climático, como mejoras en la resiliencia de las instalaciones, puede llevar a una reducción de los costes operativos.	O	X				X	
Energía	<b>Volatilidad en los precios de los recursos energéticos:</b> incremento de los gastos operativos debido a la volatilidad de los precios de los recursos energéticos, lo que puede reducir márgenes de beneficio y aumentar los precios de venta, afectando la competitividad y la demanda.	R		X		X	X	X
	<b>Uso de energías renovables:</b> el uso de energías renovables en las diferentes ubicaciones donde se desarrolla la actividad puede generar una disminución en los costes energéticos.	O		X			X	X
<b>E3 - Agua y recursos marinos</b>								
Agua	<b>Cambio en el curso natural del agua:</b> el uso intensivo del agua y sus recursos (p. ej. pesca) en las actividades propias del Grupo EROSKI o de nuestros proveedores puede afectar negativamente a los cursos naturales del agua y las especies que habitan en ella.	R	X			X	X	
<b>E5 - Uso de los recursos y economía circular</b>								


Asunto material CSRD	Impactos, riesgos y oportunidades materiales	Tipo de IRO <sup>1</sup>	Horizonte temporal			Cadena de valor			
			Corto	Medio	Largo	Ascendente	Op. propias	Descendente	
Entradas de recursos, incluida la utilización de los recursos	<b>Aumento del coste materias primas:</b> pérdida de ingresos debido a la disminución de la variedad de productos y el aumento de precios de venta, causado por el incremento en los costes de las materias primas, lo que disminuye la competitividad y la demanda en el mercado.	D y R		X		X	X		
Salidas de recursos relacionadas con productos y servicios	<b>Utilización de plástico de un solo uso:</b> impacta en la contaminación y generación de residuos debido a una gestión indebida de los envases de material no reutilizable. Asimismo, presenta un riesgo debido a la creciente presión regulatoria para reducir su uso, mayor conciencia ambiental entre los consumidores, etc.	IN y R	X			X	X	X	
Residuos	<b>Prácticas de gestión de residuos inorgánicos:</b> mejorar la gestión de residuos inorgánicos mediante la implementación de prácticas más eficientes y sostenibles para contribuir a la reducción del impacto ambiental de la empresa, además de generar ahorros en costes de eliminación de residuos, costes de remediación o sanciones por infracciones normativas y mejorar la reputación del Grupo EROSKI como una empresa comprometida con la sostenibilidad y la responsabilidad social.	O	X				X		
	<b>Excedente de productos:</b> puede implicar pérdidas financieras debido a la necesidad de descuentos o promociones para venderlos, costes adicionales de almacenamiento y manejo, así como un impacto negativo en la imagen de la empresa por no gestionar adecuadamente su inventario y contribuir a la generación de residuos	IN y R	X					X	
	<b>Desperdicio alimentario y pérdida de recursos:</b> el aumento de los excedentes alimentarios implica la no venta de productos, generando pérdidas económicas directas. Asimismo, puede significar que no se estén aprovechando al máximo los recursos lo que impacta en la imagen por la gestión inadecuada de los recursos.	IN y R	X					X	X
<b>Social</b>									
<b>SI - Personal propio</b>									
Condiciones de trabajo	<b>Medidas de equilibrio entre la vida personal y profesional de los empleados:</b> la implantación  de medidas para conciliar la vida personal y profesional, como políticas de conciliación laboral, permisos adicionales y horarios flexibles, mejora el bienestar de los trabajadores y promueve un entorno laboral más productivo y satisfactorio, beneficiando a los clientes.	IP y O	X					X	
	<b>Crecimiento de las enfermedades ocupacionales:</b> la gestión y tratamiento de enfermedades ocupacionales pueden incrementar los gastos operativos debido a los costes médicos, bajas laborales y posibles sanciones.	R		X				X	

Asunto material CSRD	Impactos, riesgos y oportunidades materiales	Tipo de IRO <sup>1</sup>	Horizonte temporal			Cadena de valor		
			Corto	Medio	Largo	Ascendente	Op. propias	Descendente
	<p><b>Fomento entorno de trabajo seguro y saludable:</b> los beneficios de tener un ambiente de trabajo seguro y saludable, como la reducción de accidentes y enfermedades laborales, pueden superar los costes iniciales, llevando a una reducción de los costes operativos. </p>	O			X		X	
	<p><b>Inestabilidad laboral por temporalidad y discontinuidad:</b> la alta rotación de empleados temporales y discontinuos lleva a un ciclo constante de contratación y formación, lo que incrementa significativamente los costes operativos a largo plazo.</p>	R			X		X	
	<p><b>Condiciones laborales inadecuadas personal propio:</b> pueden resultar en un incremento del número de bajas, aumentando los costes operativos debido a la necesidad constante de contratar y formar nuevos empleados.</p>	R	X				X	
	<p><b>Diversidad de roles, horarios y necesidad de presencialidad en la plantilla:</b> la diversidad de roles y horarios en el Grupo EROSKI, que incluye empleados de oficina, almacén, logística y supermercados con distintos turnos y criterios de presencialidad, presenta un riesgo significativo en la implementación de políticas de conciliación por la percepción de inequidad en la aplicación de estas políticas.</p>	R	X				X	
	<p><b>Optimización del personal en picos de demanda:</b> la contratación de trabajadores temporales durante las temporadas de mayor demanda puede proporcionar oportunidades de empleo a personas que necesitan y/o buscan trabajo temporal. Asimismo, al contar con el personal adecuado durante los picos de demanda, el Grupo EROSKI puede ofrecer un mejor servicio al cliente, lo que puede traducirse en una mayor satisfacción y fidelización de los clientes.</p>	IP y O	X				X	
	<p><b>Políticas de empleo de calidad:</b> la creación de una imagen positiva a través de políticas de empleo de calidad y diversidad puede atraer a una base de clientes leales que valoran la responsabilidad social corporativa, resultando en un aumento de ingresos.</p>	O	X				X	
	<p><b>Competitividad salarial:</b> ofrecer buenos salarios en todos los niveles puede mejorar la retención de empleados, reduciendo los costes asociados con la contratación y formación de nuevos empleados.</p>	O	X				X	
	<p><b>Diálogo efectivo con empleados:</b> un diálogo social efectivo puede mejorar la cooperación y la eficiencia en el lugar de trabajo, reduciendo conflictos laborales y mejorando la productividad, lo que puede disminuir los costes operativos a largo plazo.</p>	O	X				X	
	<p><b>Políticas de conciliación laboral:</b> la creación de una imagen positiva a través de políticas de empleo de calidad y diversidad puede atraer a una base de clientes leales que valoran la responsabilidad social corporativa, resultando en un aumento de ingresos.</p>	O	X				X	

Asunto material CSRD	Impactos, riesgos y oportunidades materiales	Tipo de IRO <sup>1</sup>	Horizonte temporal			Cadena de valor	
			Corto	Medio	Largo	Ascendente	Op. propias Descendente
Igualdad de trato y oportunidades para todos	<b>Oportunidades de empleo para personas con discapacidad y colectivos en riesgo de exclusión:</b> incorporación progresiva de personas con discapacidad, contribuciones solidarias a diversas entidades del ámbito de la discapacidad, y colaboración en programas de formación ocupacional para jóvenes desempleados y personas en riesgo de exclusión social. 	IP		X			X
	<b>Medidas contra la violencia y el acoso en el lugar de trabajo:</b> casos de violencia o acoso por discriminación (racial, de género o sexual) en las instalaciones de la empresa. 	IN	X				X
	<b>Creación de un entorno de trabajo respetuoso y diverso:</b> políticas y medidas que aseguran la no discriminación, fomentando un ambiente inclusivo de respeto y colaboración. 	IP y O	X				X
	<b>Pérdida de perfiles claves:</b> la pérdida de perfiles clave y la dificultad para atraer nuevo talento pueden resultar en una rotación alta, lo que aumenta los costes de contratación y formación de nuevos empleados, afectando directamente los costes operativos.	R	X				X
	<b>Inversión en el desarrollo del empleado:</b> la inversión en el desarrollo profesional de los empleados puede mejorar la retención de talento, lo que reduce los costes asociados con la contratación y formación de nuevos empleados, y mejora la calidad del servicio.	O	X				X
<b>S2 – Trabajadores de la cadena de valor</b>							
Condiciones de trabajo	<b>Tracción de proveedores, contratistas y franquiciados para la mejora de su desempeño ambiental y social:</b> sensibilizar y capacitar a la cadena de suministro con el objetivo de cumplir con los objetivos de la organización en materia ambiental y social, o los requisitos legales establecidos en esos ámbitos.	IP		X		X	X
	<b>Contribuir al agotamiento, la disminución de la satisfacción laboral y el aumento de los riesgos para la salud en la cadena de valor:</b> implementación de jornadas laborales excesivamente largas, sin pausas ni períodos de descanso adecuados en las empresas de la cadena de valor, lo que provoca agotamiento, disminución de la satisfacción laboral y un aumento en los riesgos para la salud de los proveedores. 	IN		X		X	X
<b>S4 – Consumidores y usuarios finales</b>							
Impactos relacionados con la información para los consumidores o usuarios finales	<b>Información clara y transparente:</b> publicitar de manera clara la información de los productos, incluyendo ingredientes y origen no solo fortalece la confianza y lealtad de los consumidores, sino que también diferencia al Grupo EROSKI como una empresa comprometida con la transparencia y la responsabilidad. Al proporcionar información	O	X				X


Asunto material CSRD	Impactos, riesgos y oportunidades materiales	Tipo de IRO <sup>1</sup>	Horizonte temporal			Cadena de valor	
			Corto	Medio	Largo	Ascendente	Op. propias Descendente
	detallada y accesible, el Grupo EROSKI puede atraer a consumidores conscientes y preocupados por la calidad y el origen de los productos, mejorando su reputación y potenciando las ventas.						
Inclusión social de los consumidores o usuarios finales	<b>Incumplimiento de expectativas de calidad y precio:</b> si los productos del Grupo EROSKI no cumplen con las expectativas de calidad y tienen precios más altos que los de sus competidores, los clientes buscarán activamente opciones más económicas. Esto puede llevar a una disminución en las ventas del Grupo EROSKI.	IN	X			X	X
	<b>Servicio de atención al cliente no satisfactorio:</b> pérdida de confianza con el cliente por una mala gestión del servicio de atención al cliente puede derivar en pérdida de ventas por falta de confianza del consumidor hacia la empresa.	R		X		X	X
	<b>Productos de consumo básicos a precios asequibles:</b> la venta de productos básicos a precios bajos puede atraer a un mayor número de clientes, incrementando el volumen de ventas y generando un flujo de ingresos más alto.	O			X		X
	<b>Aumento de frecuencia y tique compra:</b> las promociones específicas y los incentivos pueden atraer a nuevos clientes interesados en aprovechar las ofertas, aumentando así las ventas y la base de clientes.	IP y O	X				X
	<b>Buena experiencia de cliente:</b> la mejora de la experiencia de compra y la oferta de una gran variedad de opciones a través de canales digitales puede mejorar significativamente la reputación de la empresa, atrayendo a más clientes y aumentando las ventas.	O	X			X	X
Seguridad personal de los consumidores o usuarios finales	<b>Productos en mal estado:</b> la distribución de productos en condiciones no óptimas puede erosionar la confianza de los consumidores en la marca, llevando a una disminución significativa de los ingresos.	R	X			X	X
<b>Gobernanza</b>							
<b>GI - Conducta empresarial</b>							
Bienestar animal	<b>Prácticas de producción intensivas:</b> adquisición de productos de origen animal procedentes de sistemas de crianza y sacrificio que no incluyan pautas de bienestar animal respecto a lo exigido por legislación, puede dañar la reputación del Grupo EROSKI, así como ocasionar la pérdida de confianza del consumidor.	IN y R	X			X	X
	<b>Promoción bienestar animal:</b> promover el bienestar animal y prácticas de producción sostenibles puede mejorar la reputación de la empresa y atraer a consumidores que valoran la ética y la sostenibilidad, incrementando las ventas.	O	X			X	X
Corrupción y soborno	<b>Construcción de un entorno de tolerancia cero:</b> la Política Anticorrupción, basada en la tolerancia cero hacia cualquier forma de corrupción, fomenta la	IP		X		X	X

Asunto material CSRD	Impactos, riesgos y oportunidades materiales	Tipo de IRO <sup>1</sup>	Horizonte temporal			Cadena de valor		
			Corto	Medio	Largo	Ascendente	Op. propias Descendente	
	integridad y la transparencia en todas las operaciones.							
Cultura corporativa	<b>Integración de nuevas tecnologías:</b> en diversas áreas de la empresa, especialmente respecto a confidencialidad y privacidad de datos aportados por sus clientes y proveedores, garantizando su privacidad a través del Sistema de Protección de Datos.	IP	X				X	
	<b>Comunicación con los principales grupos de interés:</b> fomento de la participación de los grupos de interés a través de múltiples canales de comunicación en la compañía.	IP	X			X	X	
	<b>Compromiso social con el entorno:</b> desarrollo de las comunidades locales generando empleo, bienestar comunitario y crecimiento económico.	IP	X				X	X
	<b>Mejora en la competitividad:</b> la apuesta del Grupo EROSKI por la innovación puede generar un impacto positivo en la sociedad al ofrecer productos y servicios mejorados, fomentar el desarrollo económico local y crear nuevas oportunidades de empleo.	IP	X				X	X
	<b>Impulso de productos locales:</b> la distribución y promoción de productos locales, destacando sus características únicas, fomenta el consumo de alimentos frescos, sanos y de calidad, beneficiando tanto a los productores locales como a los consumidores.	IP		X		X	X	X
	<b>Posición en el mercado:</b> la mejora en la rentabilidad y solvencia financiera del Grupo EROSKI fortalece su posición en el mercado, beneficiando a la sociedad al asegurar la estabilidad laboral, fomentar el desarrollo económico local y apoyar iniciativas sostenibles.	IP y O	X			X	X	X
	<b>Mejora de la experiencia de compra a través de los canales digitales:</b> desarrollo de experiencia de compra y posibilidad de elección entre una gran variedad de opciones a través de los canales digitales que conforman su estrategia digital.	IP	X				X	X
	<b>Ciberataque y pérdida de datos:</b> la pérdida de datos personales o comerciales debido a un ciberataque o mal uso interno puede erosionar significativamente la confianza de clientes y proveedores, reduciendo las ventas y dañando la reputación de la empresa.	R	X			X	X	X
	<b>Inestabilidad geopolítica:</b> diferentes factores globales, como una guerra o los problemas políticos internos, pueden generar un aumento del coste de los productos, así como una disminución de la cantidad del producto, obligando al Grupo EROSKI a buscar nuevos proveedores, lo que implica una mayor inversión y aumento de costes operativos.	R	X			X	X	X
<b>Elevación de estándares de composición e ingredientes de los productos:</b> la implementación de estándares más exigentes en la composición de productos puede elevar los costos y precios de los	R			X	X	X	X	

Asunto material CSRD	Impactos, riesgos y oportunidades materiales	Tipo de IRO <sup>1</sup>	Horizonte temporal			Cadena de valor		
			Corto	Medio	Largo	Ascendente	Op. propias	Descendente
	productos, haciendo que sean inasequibles para los consumidores de bajos ingresos y resultando en una disminución de la base de clientes y las ventas.							
	<b>Promoción de hábitos saludables:</b> la promoción de hábitos saludables y prácticas sostenibles puede fortalecer la reputación del Grupo EROSKI como una empresa responsable y comprometida con el bienestar de sus clientes, atrayendo a más consumidores y aumentando las ventas.	O	X				X	X
	<b>Prácticas de buen gobierno:</b> la disposición de un gobierno transparente asegura, al máximo posible, la toma de decisiones éticas que eviten posibles sanciones y problemas reputacionales	O		X			X	
	<b>Falta transparencia en comunicación interna:</b> fallos de comunicación interna pueden generar un mal clima de trabajo aumentando las bajas y las renuncias.	R	X				X	X
	<b>Fomento comunicación interna:</b> el fomento de la comunicación con los trabajadores mejora el entorno laboral disminuyendo la rotación y con ello los costes en nuevas contrataciones y formación.	O	X				X	
	<b>Servicio de atención al cliente óptimo:</b> estrategia comercial orientada a lograr la máxima satisfacción del cliente y mantener una relación de confianza mutua, mediante una plantilla experta, trato humano, alta calidad, atención personalizada, rapidez en el servicio y un fuerte compromiso con la sostenibilidad.	IP	X				X	X
Compromiso político	<b>Colaboración con administraciones públicas:</b> colaboración con las administraciones públicas como grupo de interés clave para la consecución de la mejora de los servicios para las comunidades.	IP	X			X	X	X
	<b>Mejora en los estándares de calidad y seguridad:</b> realización de auditorías a proveedores para asegurar el cumplimiento de estándares de calidad y seguridad, promoviendo mejores prácticas de producción y manejo de productos, lo que repercute positivamente en la seguridad y bienestar tanto de los trabajadores como de los clientes.	IP	X			X	X	X
Gestión de las relaciones con los proveedores, incluidas las prácticas de pago	<b>Relación de colaboración con los proveedores:</b>  relaciones con los proveedores basadas en la objetividad, la transparencia y el trato justo no discriminatorio. Las relaciones con los proveedores, basadas en confianza y transparencia generan una mejora en las condiciones de los acuerdos, reflejándose en mejores precios y mejores calidades.	IP y O	X			X	X	
	<b>Acompañamiento a proveedores locales:</b> establecer y fortalecer alianzas con productores locales y lanzar programas de desarrollo comunitario. Al promover productos regionales en sus tiendas y apoyar iniciativas locales, el Grupo EROSKI no solo impulsará la economía local y creará empleo, sino que también contribuirá a la creación de riqueza en la sociedad.	IP y O	X				X	X

Asunto material CSRD	Impactos, riesgos y oportunidades materiales	Tipo de IRO <sup>1</sup>	Horizonte temporal			Cadena de valor		
			Corto	Medio	Largo	Ascendente	Op. propias	Descendente
	<p><b>Apoyo a pymes:</b> la realización de acuerdos con PYMES puede llevar a acuerdos de mejora de precios o calidades, así como a exclusividad de productos. Todo esto deriva en un aumento en las ventas y con ello un aumento de los ingresos.</p>	IP y O		X		X	X	X
	<p><b>Inestabilidad de la cadena de suministro:</b> la ausencia de controles adecuados en la cadena de suministro del Grupo EROSKI podría resultar en prácticas que causen daños ambientales significativos y fomenten violaciones de los derechos laborales básicos por parte de los proveedores. Este riesgo puede llevar a consecuencias graves, como sanciones legales, pérdida de confianza de los consumidores, daño a la reputación de la empresa. Además, la falta de controles puede generar ineficiencias operativas y costos adicionales asociados a la gestión de crisis y la corrección de incumplimientos.</p>	IN y R	X			X	X	X

<sup>1</sup> IN: impacto negativo, IP: impacto positivo, R: riesgo, O: oportunidad, D: dependencia

 impacto en los derechos humanos

### Efectos financieros actuales y previstos de los IRO materiales

Con respecto a los riesgos y las oportunidades materiales resultantes de la evaluación de doble materialidad, no se ha identificado que éstos se hayan materializado y tengan asociados en la actualidad efectos financieros. Asimismo, tampoco se identifica que puedan producir un ajuste material en próximos ejercicios, por lo que no se estima importe alguno en nuestros estados financieros.

No obstante, anualmente revisamos y actualizamos el análisis de riesgos y contrastamos con la matriz de IRO identificados en el análisis de doble materialidad, con el objeto de contrastar su coherencia y hacer seguimiento de los posibles efectos en la situación financiera del Grupo EROSKI y reflejarlo adecuadamente.

### Resiliencia de la estrategia y el modelo de negocio

La estrategia y el modelo de negocio del Grupo EROSKI están concebidos para ser resilientes en un entorno cambiante, mediante un enfoque que combina la búsqueda de la estabilidad financiera, la gestión proactiva de riesgos y el compromiso con la sostenibilidad. Este análisis integral se lleva a cabo anualmente, con una perspectiva tanto de corto como a largo plazo, según sea necesario.

En el Grupo EROSKI mantenemos en la actualidad, y prevemos mantener durante el resto de nuestro Plan Estratégico a tres años, una buena posición financiera en términos de rentabilidad, liquidez y solvencia. Por un lado, se resalta la existencia de unos fondos propios que superan el 30% del pasivo total, ratio anualmente reflejada en la Nota 16 de las 'Cuentas anuales

consolidadas de Eroski, S. Coop. y sociedades dependientes correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de enero de 2026' que se muestra como índice de solvencia de indicador de la fortaleza financiera. Disponemos, asimismo, de fuentes de liquidez suficientes. Además, la productividad del EBITDA sobre ventas durante los últimos ejercicios refleja unas ratios estabilizadas cercanas al 6%.

Simultáneamente, contamos con un sólido sistema de gobierno y marco de gestión de riesgos descrito anteriormente en el apartado [1.1.2.5](#), que abarca todo tipo de riesgos, con el objetivo de garantizar la gestión prudente de la actividad, así como poder adaptarnos de manera ágil a cambios regulatorios y del mercado. Todo ello con el fin de disponer de medidas para responder a cualquier posible impacto material que pueda surgir en el desarrollo de nuestras actividades. Este proceso se integra y retroalimenta con el ejercicio de doble materialidad y la identificación de impactos, riesgos y oportunidades vinculados a la sostenibilidad.

### **Cambios en los IRO materiales en comparación con el periodo de referencia anterior**

Como parte del proceso de adaptación a los nuevos estándares de CSRD, a lo largo del ejercicio 2024, implementamos el concepto de doble materialidad y por tanto, fue el primer año en que identificamos y evaluamos los impactos, riesgos y oportunidades asociados a los temas de sostenibilidad. El detalle del proceso del análisis de doble materialidad puede consultarse en el apartado [1.1.4.1](#) descrito en el siguiente apartado.

Para el ejercicio 2025, no existen cambios en los impactos, los riesgos y las oportunidades materiales en comparación con el período de referencia anterior.

## **1.1.4. Gestión de impactos, riesgos y oportunidades**

### **1.1.4.1. Descripción del proceso para determinar y evaluar los impactos, los riesgos y las oportunidades materiales (IRO-1)**

#### **Análisis de doble materialidad**

En el Grupo EROSKI nos hemos basado en el análisis de doble materialidad, que considera tanto la materialidad de impacto como la materialidad financiera, para identificar los asuntos materiales de sostenibilidad. En este análisis hemos contemplado, por un lado, los impactos en las personas, la sociedad y el medio ambiente (dimensión hacia afuera) y, por otro, los efectos sobre los resultados y la evolución del Grupo (dimensión hacia adentro).

Para cada asunto material, hemos identificado los impactos negativos y positivos, tanto potenciales como reales, así como los riesgos y oportunidades asociados.

Una vez identificados los impactos, riesgos y oportunidades (IRO), los hemos evaluado mediante consultas a grupos de interés y expertos internos, siguiendo los criterios propuestos por la metodología de EFRAG:

- **Impactos:** se ha considerado la gravedad (magnitud, alcance e irremediabilidad) y la probabilidad de ocurrencia.

- **Riesgos y oportunidades:** se han considerado los efectos financieros y la probabilidad de ocurrencia.

Los resultados de este análisis constituyen la base para definir la estrategia de sostenibilidad a seguir en el Grupo.

Este análisis se valida anualmente bajo la coordinación del Comité de Sostenibilidad con la participación de las áreas clave de la organización. Tras concluir el análisis de doble materialidad, el Comité de Sostenibilidad y el Comité de Análisis de Riesgos validan los resultados. Una vez aprobados, la priorización de los asuntos materiales se integra en los procesos de gestión y en la estrategia.

Siguiendo la metodología propuesta por EFRAG, el proceso para determinar, evaluar, priorizar y controlar los IRO relacionados con las personas y el medioambiente, se resume en las siguientes fases principales. Este proceso se basa en los principios de la diligencia debida.

### Fase 1: Definición del perímetro de análisis

En esta fase identificamos los temas potencialmente materiales para el Grupo EROSKI contemplando todas las actividades desarrolladas por el Grupo en las distintas zonas geográficas. Para ello nos basamos en diferentes fuentes de información con enfoque global, en concreto:

- Las cuestiones de sostenibilidad contempladas en el AR 16 del Apéndice A de la NEIS 1 – Requisitos generales del Reglamento Delegado (UE) 2023/2772.
- Análisis de materialidad previos realizados por el Grupo incluyendo estándares de referencia con los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, la Ley 11/2018, de Información no Financiera y Diversidad y los Sustainability Accounting Standards Board (SASB).
- Asuntos materiales identificados en empresas de referencia del sector, con cuota de mercado similar o superior, o con un alto grado de avance en términos ambientales, sociales y de gobernanza.

Como resultado de esta identificación, elaboramos una lista de asuntos potencialmente materiales agrupados en tres categorías: medioambiente, social y gobernanza. Esta lista la mapeamos con las cuestiones de sostenibilidad definidas en el AR 16 del Apéndice A de la NEIS 1 – Requisitos generales, conforme al Reglamento Delegado (UE) 2023/2772, para garantizar la alineación del análisis con las directrices de la normativa.

Las partes interesadas que intervienen en este análisis son los grupos de interés definidos en nuestra estrategia, descritos en el apartado [1.1.3.2](#) del presente capítulo 'NEIS 2 - Información general'. Además, contrastamos esta composición con la identificada por empresas de referencia del sector, para garantizar una participación completa.

Para ponderar los resultados, clasificamos a las partes interesadas en dos grandes grupos: internos y externos, asignando un peso del 50% a cada grupo. Posteriormente, dentro de cada grupo, determinamos un peso específico en función de dos criterios:

- **Influencia:** capacidad de incidir en la toma de decisiones del Grupo.

- **Relevancia:** la importancia del colectivo en el conjunto.

Se han identificado principalmente dos canales de escucha con contacto directo con los grupos de interés que resultaban más adecuados para facilitar la participación:

- **Cuestionario vía online**, para maximizar el acceso a todos los grupos.
- **Entrevistas individualizadas** con grupos de interés clave, para profundizar en sus perspectivas y su visión.

## Fase 2: Análisis de materialidad de impacto y de materialidad financiera

### Materialidad de impacto

Durante el 2024 evaluamos la materialidad de impacto de las operaciones del Grupo EROSKI y la cadena de valor, mediante consultas a los grupos de interés sobre los posibles impactos positivos y negativos de los temas de sostenibilidad identificados en la fase anterior.

Para ello, realizamos una encuesta online que obtuvo 2.146 respuestas de los grupos de interés consultados, y entrevistas con los miembros del Consejo de Dirección para profundizar en los temas clave.

En este proceso hemos considerado las siguientes características de los impactos:

- **Positivos o negativos:** según si el impacto es beneficioso o perjudicial en el entorno.
- **Reales o potenciales:** en función de si el impacto ya ha ocurrido o puede ocurrir en el corto, medio o largo plazo.
- **Con o sin impacto en los derechos humanos:** aplicable a impactos negativos y potenciales, en función de si implicarían una vulneración de los derechos humanos.
- **Origen:** considerando el lugar donde se produce el impacto, ya sea en las operaciones propias o en fases anteriores o posteriores de la cadena de valor.

La evaluación de la materialidad de impacto la llevamos a cabo siguiendo las directrices de la sección 3.4 de la NEIS 1 del Reglamento Delegado (UE) 2023/2772 y la guía EFRAG IG 1 considerando dos ejes principales: severidad y probabilidad. A su vez, la severidad se compone de:

- **Alcance:** definido en una escala de cuatro niveles según el grado de afectación en los grupos de interés o en su extensión geográfica.
- **Remediabilidad:** definido en una escala de cuatro niveles según la capacidad de revertir los efectos adversos en términos de recursos y esfuerzos del Grupo EROSKI.
- **Escala o magnitud:** la evaluación de la gravedad de los impactos y la ponderación según las opiniones de los grupos de interés.

En el caso de la evaluación de los impactos positivos, solo se consideran el alcance y la remediabilidad.

En impactos potenciales, además de la severidad, se evalúa la probabilidad de ocurrencia en el futuro en cada uno de los horizontes temporales corto, medio o largo plazo en los que se puede materializar.

A partir del resultado del cálculo anterior, hemos determinado los umbrales de materialidad considerándose materiales los impactos que los superan.

En el caso de los impactos negativos potenciales que afectan a los derechos humanos, la gravedad prevalece sobre la probabilidad, por lo que se consideran siempre materiales.

### Materialidad financiera

Tras el análisis de la materialidad de impacto, evaluamos la materialidad financiera siguiendo el proceso establecido en los apartados 3.5 y los AR 13, 14 y 15 del Apéndice A de la NEIS 1 y las directrices de la metodología EFRAG. Para ello, hemos identificado los riesgos y oportunidades relevantes para el Grupo derivados de impactos y dependencias a lo largo de la cadena de valor, y hemos determinado si el origen del riesgo o de la oportunidad corresponde a un impacto directo o una dependencia del Grupo.

La valoración de la materialidad financiera tiene en cuenta dos perspectivas: probabilidad de ocurrencia e impacto financiero de los riesgos y oportunidades asociados a los temas relevantes en los distintos horizontes temporales:

- **Efectos financieros:** impacto en los flujos de caja futuros. Para la cuantificación de los efectos se utiliza una escala del uno al cuatro alineada con el proceso de evaluación de riesgos corporativos, según el efecto en porcentual sobre la materialidad definida para el ejercicio en curso a nivel consolidado del Grupo.
- **Probabilidad:** posibilidad de ocurrencia en los horizontes temporales (corto, medio y largo plazo), también medida en una escala del uno al cuatro según la metodología interna de gestión de riesgos.

Para cada riesgo y oportunidad, seleccionamos el horizonte temporal con la mayor puntuación (impacto \* probabilidad), garantizando que la valoración refleje el efecto máximo.

Los miembros del Comité de Análisis de Riesgos del Grupo se han involucrado en la revisión y evaluación, desde una perspectiva financiera, de los riesgos y oportunidades identificados para cada uno de los temas materiales. Desde esta perspectiva, un tema es material si desencadena efectos financieros en el Grupo, es decir, genera riesgos u oportunidades que influyen o es probable que influyan en los flujos de efectivo en el corto, medio o largo plazo, pero no se reflejan en los estados financieros en la fecha de presentación del informe. En este sentido, los riesgos y oportunidades identificados como materiales son aquellos que han superado el umbral de materialidad definido internamente.

### **Fase 3: Consolidación de resultados**

Todo el proceso de adaptación de la nueva CSRD en el Grupo EROSKI descrito previamente, ha sido supervisado y validado por el Comité de Sostenibilidad, Consejo de Dirección y el Consejo Rector y el Comité de Análisis de Riesgos. Asimismo, ha contado con la participación de las áreas clave, siendo las más destacables: Social, Sostenibilidad, Desarrollo, Letrado Asesor, Comercial y Económico Financiero.

Los resultados del análisis de doble materialidad se resumen a nivel temático, y se agrupan los IRO identificados para cada uno de los subtemas establecidos por la norma, los cuales se detallan en el apartado [1.1.3.3](#) de este capítulo.

Tabla 19. Resultados del análisis de doble materialidad

	Materialidad de impacto	Materialidad financiera	Doble materialidad
<b>Medio ambiente</b>			
E1 - Cambio climático			
Adaptación al cambio climático	Material	Material	Material
Mitigación del cambio climático	Material	Material	Material
Energía	No material	Material	Material
E2 – Contaminación			
Contaminación del aire, agua y suelo, organismos vivos y recursos alimentarios, sustancias preocupantes y extremadamente preocupantes, micro plásticos	No material	No material	No material
E3 – Agua y recursos marinos			
Agua (consumo de agua, extracciones de agua, etc.)	No material	Material	Material
Recursos marinos (extracción y utilización de los recursos marinos)	No material	Material	Material
E4 – Biodiversidad			
Factores de incidencia directa sobre la pérdida de biodiversidad, incidencias sobre el estado de las especies, incidencias sobre la extensión y el estado de los ecosistemas e incidencias sobre los servicios ecosistémicos y dependencias de estos servicios	No material	No material	No material
E5 – Uso de los recursos y economía circular			
Entrada de recursos, incluida la utilización de los recursos	No material	Material	Material
Salidas de recursos relacionadas con productos y servicios	Material	Material	Material
Residuos	No material	Material	Material
<b>Social</b>			
S1 - Personal propio			
Condiciones de trabajo	Material	Material	Material
Igualdad de trato y oportunidades para todos	Material	Material	Material
Otros derechos laborales	Material	Material	Material
S2 – Trabajadores de la cadena de valor			
Condiciones de trabajo	Material	Material	Material
Igualdad de trato y oportunidades para todos	Material	Material	Material
Otros derechos laborales	Material	Material	Material
S3 – Colectivos afectados			
Derechos económicos, sociales y culturales de los colectivos	No material	No material	No material
Derechos civiles y políticos de los colectivos	No material	No material	No material
Derechos de pueblos indígenas	No material	No material	No material

	Materialidad de impacto	Materialidad financiera	Doble materialidad
<b>S4 – Consumidores y usuarios finales</b>			
Impactos relacionados con la información para los consumidores o usuarios finales	Material	Material	Material
Inclusión social de los consumidores o usuarios finales	Material	Material	Material
Seguridad personal de los consumidores o usuarios finales	No material	Material	Material
<b>Gobernanza</b>			
<b>G1 – Conducta empresarial</b>			
Bienestar animal	Material	Material	Material
Cultura corporativa	Material	Material	Material
Gestión de las relaciones con los proveedores, incluidas las prácticas de pago	Material	Material	Material
Compromiso político y actividades de los grupos de presión	No material	No material	No material
Corrupción y soborno	Material	No material	Material
Protección de los denunciantes	No material	Material	Material

Con el objetivo de facilitar la comprensión del Informe de Sostenibilidad y garantizar la adecuada lectura de los capítulos temáticos, presentamos a continuación la correspondencia entre los asuntos materiales definidos por el Grupo EROSKI –identificados a través del ejercicio de doble materialidad– y los subtemas establecidos en la normativa CSRD/NEIS. Si bien muchos de nuestros asuntos guardan una relación directa con dichos subtemas, no siempre coinciden de manera exacta, dada la especificidad de nuestra actividad y de nuestro contexto sectorial. Por este motivo, las actuaciones descritas en los estándares temáticos NEIS se articulan siguiendo los asuntos materiales propios del Grupo EROSKI, y no estrictamente la clasificación CSRD.

La siguiente tabla permite situar cada asunto en el marco europeo de referencia, ofreciendo al lector un punto de conexión claro entre ambos enfoques y facilitando la interpretación coherente del resto del Informe.

Tabla 20. Correspondencia de los 28 asuntos materiales del Grupo EROSKI y subtemas CSRD

Asunto Grupo EROSKI	Subtemas marco CSRD <sup>1</sup>
<b>Medio ambiente</b>	
Adaptación y mitigación cambio climático	E1 - Adaptación al cambio climático
	E1 - Mitigación del cambio climático
Energía y descarbonización de fuentes energéticas	E1 - Energía
Gestión responsable de recursos (materias primas y agua)	E3 - Agua
	E3 - Recursos marinos
	E5 - Entradas de recursos, incluida la utilización de los recursos
Gestión de residuos y desperdicio alimentario	E5 - Residuos
Envases y embalajes sostenibles	E5 - Salidas de recursos relacionadas con productos y servicios

Asunto Grupo EROSKI	Subtemas marco CSRD <sup>1</sup>
<b>Social</b>	
Diversidad, igualdad e inclusión	S1 - Igualdad de trato y oportunidades para todos
Atracción, formación y desarrollo profesional de trabajadores	
Seguridad y salud laboral	S1 - Condiciones de trabajo
Conciliación laboral, personal y familiar	
Empleo estable, de calidad y con salario digno	
Prácticas de marketing responsable	S4 - Inclusión social de los consumidores y usuarios finales
Acceso a productos competitivos en calidad/precio	
Seguridad alimentaria y de productos e instalaciones	
Experiencia de cliente y fidelización	S4 - Incidencias relacionadas con la información para los consumidores o usuarios finales
Cadena de valor responsable	S2 - Condiciones de trabajo
	S2 - Igualdad de trato y oportunidades para todos
	S2 - Otros derechos laborales
	G1 - Gestión de las relaciones con los proveedores, incluidas las prácticas de pago
<b>Gobernanza</b>	
Buen gobierno y ética empresarial	G1 - Cultura corporativa
Comunicación interna corporativa	
Fomento de productos y hábitos de vida saludables y responsables	
Impacto social en el entorno	
Innovación	
Transformación digital	
Ciberseguridad	
Promoción sector agroalimentario local	
Rentabilidad y solvencia financiera	
Respeto al bienestar animal	G1 - Bienestar animal
Lucha contra la corrupción y prácticas desleales	G1 - Corrupción y soborno
Diálogo con los grupos de interés externos	G1 - Protección de los denunciantes
Trato justo a los proveedores	G1 - Gestión de las relaciones con los proveedores, incluidas las prácticas de pago

<sup>1</sup> Según el artículo AR. 16 de la NEIS 1 – Requisitos generales.

### Seguimiento e integración de los resultados

En 2025 el Comité de Sostenibilidad ha aprobado el proceso y resultado del análisis de doble materialidad realizado en el ejercicio 2024 como referencia para orientar nuestra actuación durante este ejercicio. Aunque el Comité de Sostenibilidad revisa y valida el análisis cada año, el Grupo tiene establecido que al menos debe desarrollarse el proceso completo de análisis de

materialidad coincidiendo con la elaboración del Plan Estratégico del Grupo, que se produce actualmente cada tres años.

El Comité de Sostenibilidad, con los resultados obtenidos del análisis de doble materialidad, analiza y propone, si lo estima pertinente, objetivos y metas directamente integrados con los ejes de posicionamiento estratégicos del Grupo EROSKI descritos anteriormente en el apartado [1.1.3.1](#). Esta integración asegura que la Estrategia de Sostenibilidad, que actúa como el marco conceptual en relación con la sostenibilidad, aborde de manera efectiva las tres dimensiones clave del desarrollo sostenible: lo ambiental, lo social y la gobernanza, permitiendo así una alineación coherente entre nuestras decisiones estratégicas a nivel Grupo y las expectativas de nuestros grupos de interés.

#### 1.1.4.2. Requisitos de divulgación establecidos en las NEIS cubiertos por el estado de sostenibilidad (IRO-2)

A continuación, se detallan las NEIS y los requisitos de divulgación considerados materiales e incluidos en el presente Informe de Sostenibilidad 2025, conforme a lo identificado en el análisis de doble materialidad.

Tabla 21. Requisitos de divulgación cubiertos en el Informe de Sostenibilidad

Capítulo	Estándar	Requisito de divulgación
<b>Información general</b>		
Base para la elaboración	NEIS 2	BP-1, BP - 2
Gobernanza	NEIS 2	GOV-1, GOV-2, GOV-3, GOV-4, GOV-5
Estrategia	NEIS 2	SBM-1, SBM-2 SBM - 3
Gestión de impactos, riesgos y oportunidades	NEIS 2	IRO-1, IRO-2, MDR - P, MDR-A
Parámetros y metas	NEIS 2	MDR-M, MDR-T
<b>Pilar medioambiental</b>		
Taxonomía	-	-
E1 - Cambio climático		
Gobernanza	E1	NEIS 2 GOV-3
Estrategia	E1	E1-1, NEIS 2 SBM-3
Gestión de impactos, riesgos y oportunidades	E1	NEIS 2 IRO-1, E1-2, E1-3
Parámetros y metas	E1	E1-4, E1-5, E1-6, E1-7, E1-8
E3 - Agua y recursos marinos		
Gestión de impactos, riesgos y oportunidades	E3	NEIS 2 IRO-1, E3-1, E3-2
Parámetros y metas	E3	E3-3, E3-4, E3-5
E5 - Uso de los recursos y economía circular		
Gestión de impactos, riesgos y oportunidades	E5	NEIS 2 IRO-1, E5-1, E5-2
Parámetros y metas	E5	E5-3, E5-4, E5-5, E5-6
Biodiversidad	-	-

Capítulo	Estándar	Requisito de divulgación
<b>Pilar social</b>		
S1 - Personal propio		
Estrategia	S1	NEIS 2 SBM-2, NEIS 2 SBM-3
Gestión de impactos, riesgos y oportunidades	S1	S1-1, S1-2, S1-3, S1-4
Parámetros y metas	S1	S1-5, S1-6, S1-8, S1-9, S1-10, S1-12, S1-13, S1-14, S1-15, S1-16, S1-17
S2 - Trabajadores de la cadena de valor		
Estrategia	S2	NEIS 2 SBM-2, NEIS 2 SBM-3
Gestión de impactos, riesgos y oportunidades	S2	S2-1, S2-2, S2-3, S2-4
Parámetros y metas	S2	S2-5
S4 - Consumidores y usuarios finales		
Estrategia	S4	NEIS 2 SBM-2, NEIS 2 SBM-3
Gestión de impactos, riesgos y oportunidades	S4	S4-1, S4-2, S4-3, S4-4
Parámetros y metas	S4	S4-5
Desarrollo del entorno	-	-
<b>Pilar gobernanza</b>		
G1 - Conducta empresarial		
Gobernanza	G1	NEIS 2 GOV-1
Gestión de impactos, riesgos y oportunidades	G1	NEIS 2 IRO-1, G1-1, G1-2, G1-3
Parámetros y metas	G1	G1-4, G1-5, G1-6

Las NEIS 'E2 – Contaminación' y 'E4 – Biodiversidad' han sido omitidas en este informe al no considerarse relevantes según los resultados del análisis de doble materialidad descrito en el apartado anterior [1.1.4.1](#).

Por otro lado, se ha descartado la NEIS 'S3 – Colectivos afectados' por su escasa relevancia y materialidad para el Grupo EROSKI en el contexto de su actividad, debido a los siguientes aspectos clave:

- En el Grupo EROSKI no identificamos que nuestras operaciones o de empresas en nuestra cadena de valor tengan impacto en comunidades afectadas entendiéndose estas como pueblos indígenas.
- La ubicación en la que nos encontramos y operamos, así como las particularidades inherentes a nuestro modelo de negocio.
- Considerando las tendencias actuales en el sector y marco de referencia de los principales competidores, se han revisado las estrategias y los informes de sostenibilidad de las empresas líderes en el sector, que tampoco consideran el estándar S3 como material.

Asimismo, en el [Anexo II](#) incluimos un cuadro de todos los puntos de datos que se derivan de otra legislación de la UE incluidos en el apéndice B de la 'NEIS 2 – Información general', indicando en qué apartado pueden encontrarse en este Informe de Sostenibilidad.

### 1.1.4.3. Políticas adoptadas para gestionar las cuestiones de sostenibilidad materiales (MDR-P)

A continuación, se presenta el conjunto de políticas que se engloban dentro de lo que denominamos Política de Sostenibilidad del Grupo EROSKI, que atienden a los tres pilares de la sostenibilidad: medio ambiente, social y gobernanza. Estas políticas están relacionadas con los asuntos materiales y se han establecido para prevenir, mitigar y remediar los impactos reales y potenciales, abordar los riesgos y aprovechar las oportunidades.

El Código de Conducta Corporativo es el documento marco fundamental que contiene los principios, valores, normas éticas y expectativas de comportamiento de las personas que conformamos el Grupo EROSKI y en base al cual se alinean el resto de las políticas del Grupo. Todas ellas se encuentran contenidas en el Libro de Políticas del Grupo EROSKI.

La descripción del contenido fundamental de cada política se divulga en el contexto de cada uno de los estándares temáticos a lo largo del informe, de acuerdo con la siguiente tabla:

Tabla 22. Políticas contenidas en el Libro de Políticas del Grupo EROSKI

Política	Apartado en el Informe de Sostenibilidad	NEIS conectado
<b>Ámbito medio ambiente</b>		
Política de Mitigación y Adaptación al Cambio Climático	<a href="#">2.2.3.2</a> Políticas relacionadas con la mitigación del cambio climático y la adaptación al mismo (E1-2)	E1
Política de Gestión de los Recursos Hídricos y Marinos	<a href="#">2.3.1.2</a> Políticas relacionadas con los recursos hídricos y marinos (E3-1)	E3
Política de Economía Circular	<a href="#">2.4.1.2</a> Políticas relacionadas con el uso de los recursos y la economía circular (E5-1)	E5
Política de Pesca y Acuicultura Sostenible	<a href="#">2.3.1.2</a> Políticas relacionadas con los recursos hídricos y marinos (E3-1)	E3
<b>Ámbito social</b>		
Política de Igualdad, Diversidad e Inclusión	<a href="#">3.1.2.1</a> Políticas relacionadas con el personal propio (S1-1)	S1 - S2 - S4
Política de Prevención de Riesgos Laborales	<a href="#">3.1.2.1</a> Políticas relacionadas con el personal propio (S1-1)	S1
Política de Derechos Humanos	<a href="#">3.1.2.1</a> Políticas relacionadas con el personal propio (S1-1)	S1 - S2 - S4
Política de Retribución	<a href="#">3.1.2.1</a> Políticas relacionadas con el personal propio (S1-1)	S1
<b>Ámbito gobernanza</b>		
Política de Conducta Empresarial y Cultura Corporativa	<a href="#">4.1.2.2</a> Políticas de conducta empresarial y cultura corporativa (G1-1)	G1 - S1 - S4
Política Anticorrupción	<a href="#">4.1.2.2</a> Políticas de conducta empresarial y cultura corporativa (G1-1)	G1 - S1 - S2
Política del Sistema Interno de Información y Defensa del Informante	<a href="#">4.1.2.2</a> Políticas de conducta empresarial y cultura corporativa (G1-1)	G1 - S1 - S2
Política de Bienestar Animal	<a href="#">4.1.2.2</a> Políticas de conducta empresarial y cultura corporativa (G1-1)	G1

Política	Apartado en el Informe de Sostenibilidad	NEIS conectado
Política de Pagos	<a href="#">4.1.2.2</a> Políticas de conducta empresarial y cultura corporativa (G1-1)	G1
Política de Prevención y Gestión de Conflictos de Interés	<a href="#">4.1.2.2</a> Políticas de conducta empresarial y cultura corporativa (G1-1)	G1 - S1
Política de Cumplimiento Normativo Penal	<a href="#">4.1.2.2</a> Políticas de conducta empresarial y cultura corporativa (G1-1)	G1 - S1 - S2
Política de Gobierno Corporativo	<a href="#">4.1.2.2</a> Políticas de conducta empresarial y cultura corporativa (G1-1)	G1 - S1
Política de Seguridad de la Información	<a href="#">3.3.2.1</a> Políticas relacionadas con los consumidores y usuarios finales (S4-1)	S4 - S2 - G1

Estas políticas se han aprobado por el Consejo Rector de Eroski, S. Coop. y se aplican en todas las sociedades que componen el Grupo EROSKI, sus negocios y consecuentemente a todas sus personas administradoras, trabajadoras, socias y directivas que conforman sus áreas, con independencia del lugar donde desarrollen su actividad. Las políticas se comunican al colectivo a través de los canales internos habituales, como la cadena de mandos, la intranet, las Comisiones Delegadas y el Consejo Social. Asimismo, están disponibles en castellano e inglés para su consulta por todos los grupos de interés en la web corporativa. En aquellas sociedades participadas no controladas en las que estas políticas no sean de aplicación, se promoverá, a través de sus representantes en sus órganos de administración, el alineamiento de sus políticas propias con las del Grupo.

El Consejo Rector es el encargado de garantizar y vigilar el desarrollo de las políticas en el tiempo.

#### **1.1.4.4. Actuaciones y recursos en relación con las cuestiones de sostenibilidad materiales (MDR-A)**

La información sobre las actuaciones y recursos que se han establecido en relación con cada cuestión de sostenibilidad material se divulga en el contexto de cada uno de los estándares temáticos a lo largo del informe.

### **1.1.5. Parámetros y metas**

#### **1.1.5.1. Parámetros en relación con las cuestiones de sostenibilidad materiales (MDR-M)**

La información sobre los parámetros que se han establecido en relación con cada cuestión de sostenibilidad material se divulga en el contexto de cada uno de los estándares temáticos a lo largo del informe.

### **1.1.5.2. Seguimiento de la eficacia de las políticas y actuaciones a través de metas (MDR-T)**

La información sobre el seguimiento de la eficacia de las políticas y actuaciones a través de metas que se han establecido en relación con cada cuestión de sostenibilidad material se divulga en el contexto de cada uno de los estándares temáticos a lo largo del informe.

## 2. Pilar medioambiental

### 2.1. Taxonomía de las finanzas sostenibles

En virtud de lo establecido en el Reglamento (UE) 2020/852 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo al establecimiento de un marco para facilitar las inversiones sostenibles (en adelante Reglamento de Taxonomía), el Grupo EROSKI, en su calidad de entidad obligada a la divulgación de información no financiera consolidada, elabora el presente informe con el objetivo de cumplir con las disposiciones contenidas en el artículo 8 de ese Reglamento.

La Taxonomía de Finanzas Sostenibles de la Unión Europea se sustenta en ese Reglamento de Taxonomía, que establece un sistema de clasificación de actividades económicas ambientalmente sostenibles, con el objetivo de reorientar los flujos de capital hacia inversiones responsables con el medio ambiente.

Este apartado del informe proporciona información detallada sobre la manera y la medida en que las actividades económicas del Grupo EROSKI se alinean con los criterios establecidos en la Taxonomía Europea, desarrollada adicionalmente mediante el Reglamento Delegado (UE) 2021/2178 y complementada por los Reglamentos Delegados (UE) 2021/2139, 2022/1214, 2023/2485 y 2023/2486.

De conformidad con la normativa vigente, hemos identificado las actividades económicas de la entidad que son elegibles bajo el marco de la taxonomía, determinando su grado de alineación con los siguientes seis objetivos medioambientales establecidos en el artículo 9 del Reglamento de Taxonomía:

- Mitigación del cambio climático.
- Adaptación al cambio climático.
- Uso sostenible y protección de los recursos hídricos y marinos.
- Transición hacia una economía circular.
- Prevención y control de la contaminación.
- Protección y recuperación de la biodiversidad y los ecosistemas.

Conforme a lo dispuesto en el Reglamento Delegado (UE) 2021/2178, para que una actividad económica pueda considerarse medioambientalmente sostenible, debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Contribución sustancial a al menos uno de los objetivos medioambientales mencionados anteriormente.
- No causar perjuicio significativo (DNSH, por sus siglas en inglés) a ninguno de los otros objetivos medioambientales.
- Cumplir con las salvaguardas sociales mínimas establecidas en las Directrices del OCDE para empresas Multinacionales y Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos.
- Cumplir con los criterios técnicos de selección establecidos por la Comisión Europea.

### 2.1.1.1. Actividades elegibles del Grupo EROSKI

En el marco del análisis de aplicabilidad del Reglamento de Taxonomía, hemos llevado a cabo una evaluación interna de las actividades económicas desarrolladas por el Grupo EROSKI, identificando aquellas que son elegibles bajo la normativa vigente.

Durante este ejercicio 2025, con el objetivo de mejorar la trazabilidad del análisis de las actividades elegibles, hemos implementado un nuevo módulo en el sistema propio de gestión de gastos e inversiones del Grupo. En primer lugar, hemos identificado las actividades potencialmente elegibles a qué conceptos concretos de gasto e inversión corresponden. De esta manera, facilitamos la identificación a todos los responsables de dichos gastos e inversiones para la revisión de las facturas del ejercicio aplicando un criterio único.

Así, hemos identificado como potencialmente elegibles las siguientes actividades económicas desarrolladas por el Grupo EROSKI durante el ejercicio 2025:

Tabla 23. Actividades elegibles del Grupo EROSKI

Actividad elegible	Descripción de la actividad del Grupo EROSKI	Objetivo al que contribuye
2.3 Recogida y transporte de residuos peligrosos y no peligrosos.	Recogida y transporte por separado de residuos no peligrosos en fracciones individuales o mixtas con vistas a su preparación para la reutilización o el reciclado.	Transición hacia una economía circular.
4.16 Instalación y explotación de bombas de calor eléctricas.	Renovación de climatizaciones en nuevas aperturas.	Mitigación del cambio climático.
5.1 Reparación, renovación y remanufactura de bienes.	Reparación, renovación y remanufactura de bienes, concretamente los servicios de reparación de equipamiento deportivo de FORUM SPORT, como, por ejemplo, artículos de esquí, ciclismos, raquetas, máquinas de musculación, mochilas, lentes y relojes.	Transición hacia una economía circular.
5.5 Recogida y transporte de residuos no peligrosos en fracciones segregadas en origen.	Recogida y transporte de residuos para su reciclaje y reutilización, como residuos plásticos y de cartón de envases comerciales o subproductos y residuos orgánicos.	Mitigación del cambio climático.
6.5 Transporte por motocicletas, turismos y vehículos comerciales ligeros.	Alquiler de vehículos para la movilidad de los trabajadores.	Mitigación del cambio climático.
7.1 Construcción de edificios nuevos	Promoción de proyectos de construcción de edificios.	Mitigación del cambio climático.
7.2 Renovación de edificios existentes	Obras de construcción e ingeniería civil o preparación de tales obras.	Mitigación del cambio climático.

Actividad elegible	Descripción de la actividad del Grupo EROSKI	Objetivo al que contribuye
7.3 Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética.	Instalación, mantenimiento y reparación de iluminación LED, aislamiento, sistemas de calefacción, ventilación y aire acondicionado con tecnologías de alta eficiencia energética.	Mitigación del cambio climático.
7.5 Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios.	Equipos de medida necesarios para medir consumos eléctricos y de agua. Mantenimiento o nueva instalación de analizadores/concentradores de pulsos.	Mitigación del cambio climático.
7.6 Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable, in situ.	Instalaciones fotovoltaicas.	Mitigación del cambio climático.
8.1 Proceso de datos, <i>hosting</i> y actividades relacionadas.	Sistemas "en la nube", <i>outsourcing</i> del entorno de promociones personalizadas y el sistema monedero virtual.	Mitigación del cambio climático.

Tras el análisis de las facturas, cada responsable determina aquellas facturas que cumplen con los criterios de elegibilidad, para después evaluar según su nivel de alineamiento con los requisitos exigidos para su consideración como medioambientalmente sostenibles.

Las actividades elegibles de 2025 no incluidas en el ejercicio del año anterior son:

- 2.3 Recogida y transporte de residuos peligrosos y no peligrosos.
- 7.1 Construcción de edificios nuevos
- 7.2 Renovación de edificios existentes

Asimismo, en 2025 no hemos incluido la actividad '5.2 Venta de recambios' como actividad elegible, que sí se incluía en el ejercicio 2024.

### 2.1.1.2. Evaluación de alineamiento

Tras la determinación de la elegibilidad de las diferentes actividades llevadas a cabo por el Grupo EROSKI, hemos analizado el alineamiento de estas, considerando cada uno de los diferentes criterios técnicos de las distintas actividades, conforme al artículo 3 del Reglamento 2020/852, específicamente desarrollado en los Reglamentos Delegados 2021/2139 y 2023/2486.

En el Grupo EROSKI tenemos definido un cuestionario que nos permite evaluar el alineamiento de cada una de las actividades, incluyendo los criterios técnicos de selección de contribución sustancial (en adelante CTS) y de no causa de perjuicio significativo. Todo ello, queda recogido en una ficha con cada factura en el nuevo módulo de nuestro sistema propio de gestión de gastos e inversiones del Grupo. Además, hemos complementado la evaluación con un análisis organizacional de conformidad con las garantías sociales mínimas establecidas.

### Evaluación de la contribución sustancial y no causa de perjuicio significativo

En la evaluación de la contribución sustancial hemos completado el cuestionario a nivel factura. Cada responsable de los departamentos con actividades elegibles ha validado las exigencias de los CTS con la información técnica de los proyectos correspondientes para poder cumplimentar el cuestionario. La conclusión principal es que se da cumplimiento para las actividades relativas a:

- 5.5 Recogida y transporte de residuos no peligrosos en fracciones segregadas en origen.
- 7.3 Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética.
- 7.5 Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios.
- 7.6 Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable, *in situ*.
- 8.1 Proceso de datos, hosting y actividades relacionadas.

En cumplimiento del principio de No Causar Perjuicio Significativo (DNSH) a ninguno de los objetivos medioambientales, en el Grupo EROSKI hemos desarrollado un marco estratégico basado en la implementación de políticas específicas orientadas a la protección y promoción de la sostenibilidad, que se detallan en el apartado [11.4.3](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general'. En este sentido, las Políticas relevantes para este análisis de alineamiento son:

- Política de Economía Circular.
- Política de Gestión de los Recursos Hídricos y Marinos.
- Política de Mitigación y Adaptación al Cambio Climático.
- Política de Pesca y Acuicultura Sostenibles.

Adicionalmente, para dar cumplimiento con los criterios de Adaptación al Cambio Climático, se ha tenido en cuenta el análisis de riesgos y oportunidades asociados al cambio climático detallado en el apartado [2.2.3.1](#) del capítulo 'NEIS EI - Cambio climático'.

Por todo ello, todas las actividades que cumplen con los criterios de contribución sustancial antes listadas darían cumplimiento también a los criterios de no causar perjuicio significativo y, por lo tanto, estarían alineadas con la Taxonomía de la Unión Europea.

### Evaluación de las garantías mínimas sociales

De conformidad con el artículo 18 del Reglamento (UE) 2020/852 del Parlamento Europeo y del Consejo, se entiende por garantías mínimas sociales el conjunto de procedimientos implementados por una entidad que lleve a cabo una actividad económica con el objetivo de garantizar la conformidad con las Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales y de los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y Derechos Humanos. Dichos procedimientos, deben garantizar asimismo el respeto a los principios y derechos consagrados en los ocho convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la observancia de la Carta Internacional de Derechos Humanos.

En este sentido, en el Grupo EROSKI hemos desarrollado un marco normativo interno compuesto por diversas políticas corporativas alineadas con los estándares internacionales en materia de derechos humanos, buen gobierno y cumplimiento normativo, que se detallan en el apartado

[1.1.4.3](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general'. Para este análisis de garantías mínimas sociales son de interés además de nuestro libro de políticas, los siguientes documentos: Planes de Prevención de Riesgos Penales, Códigos de Conducta, Reglamento de Régimen Interno, Convenios Colectivos, Plan de Igualdad 2023-2026 y otros.

Adicionalmente, en el Grupo EROSKI disponemos de dos Canales Internos de Información, disponibles tanto para los trabajadores como para los grupos de interés, con el fin de garantizar la comunicación segura y confidencial de posibles irregularidades en materia de derechos humanos y cumplimiento normativo.

Los Códigos de Conducta son el principal instrumento de diligencia debida corporativa, permitiendo la prevención, detección y erradicación de cualquier conducta irregular que pudiera vulnerar los principios de los derechos humanos y normativa vigente. Dicho instrumento asegura que la operativa empresarial se desarrolle en estricto cumplimiento con las leyes y reglamentos aplicables.

Asimismo, en el Grupo EROSKI disponemos de Planes de Prevención de Riesgos Penales, mediante el cual se identifican y mitigan riesgos inherentes a la actividad empresarial, asegurando la implementación de controles internos adecuados y el desarrollo de estrategias y procesos eficaces de gestión del riesgo penal.

Por todo ello, la evaluación de las salvaguardas sociales mínimas dentro del Grupo EROSKI confirma la plena alineación de la entidad con los estándares internacionales.

### **2.1.1.3. Cálculo de los indicadores**

Tras el análisis de la elegibilidad y el alineamiento, hemos procedido al cálculo de los distintos indicadores clave, con el objetivo de proporcionar la información exigida en el artículo 8, apartado 2, letra a), del Reglamento (UE) 2020/852 del Parlamento Europeo y del Consejo, 18 de junio de 2020.

En este contexto, hemos prestado especial atención a la eliminación de cualquier posible doble contabilización en la asignación de las cifras incluidas en el numerador de los indicadores clave de rendimientos. Para garantizar la precisión y fiabilidad de la información reportada, hemos adoptado un criterio de exclusión de duplicidades, priorizando un único objetivo de sostenibilidad en aquellos casos en los que determinadas actividades económicas pudieran estar vinculadas a más de uno de los objetivos medioambientales definidos en el Reglamento de Taxonomía. Esta metodología responde a la necesidad de asegurar la coherencia en la identificación de actividades alineadas con la Taxonomía de la Unión Europea, evitando así inflaciones indebidas en los indicadores reportados.

Hemos considerado todas las empresas y entidades incluidas en el Grupo según la normativa contable para elaborar las 'Cuentas anuales consolidadas de Eroski, S. Coop. y sociedades dependientes correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de enero de 2026'. Esto asegura que la información financiera y no financiera cumpla con los requisitos de sostenibilidad y transparencia establecidos en la normativa.

### Cálculo del porcentaje del volumen de negocios elegible y alineado

El volumen de negocio hace referencia a los ingresos netos obtenidos por una empresa a través de la venta de productos o la prestación de servicios durante un periodo determinado, una vez deducidos los descuentos, devoluciones y otros ajustes. En el contexto del Reglamento (UE) 2020/852, la proporción del volumen de negocios alineado con la taxonomía se calcula conforme al artículo 8, apartado 2, letra a). Ese cálculo se basa en la fracción del volumen de negocios neto generado a partir de actividades económicas consideradas ambientalmente sostenibles según los criterios establecidos en la Taxonomía de la UE.

Para el ejercicio 2025 reportamos una cifra de 3.976 miles de euros que correspondientes a la categoría '5.5 Recogida y transporte de residuos no peligrosos en fracciones segregadas en origen'. Tal como indicamos en el apartado [1.1.1.2](#), para el año 2025 hemos considerado los ingresos por venta de residuos dentro del ingreso ordinario del Grupo EROSKI.

Como resultado de este cálculo, el grado de alineamiento y elegibilidad de este indicador es 0,07% respecto al volumen de negocios del Grupo EROSKI.

### Cálculo del porcentaje de las CapEx elegible y alineado

El gasto de capital o CapEx comprende las inversiones en activos fijos tangibles e intangibles que la empresa realiza para adquirir, mejorar o mantener bienes de capital, como infraestructuras, equipos, tecnología y otros activos necesarios para sus operaciones a largo plazo.

Para determinar la proporción de CapEx atribuible a actividades económicas medioambientalmente sostenibles, se sigue lo dispuesto en el Anexo I, apartado 1.1.2, del Reglamento delegado (UE) 2021/2178 de la Comisión, de 6 de julio de 2021, que complementa el Reglamento de Taxonomía en materia de divulgación de información de sostenibilidad.

El cálculo se efectúa dividiendo el valor del numerador entre el del denominador, según lo especificado a continuación.

El numerador incluirá inversiones en activos fijos relacionados con actividades económicas alineadas con la Taxonomía de la UE. Concretamente las actividades incluidas son:

- 5.5 Recogida y transporte de residuos no peligrosos en fracciones segregadas en origen.
- 7.3 Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética.
- 7.5 Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios.
- 7.6 Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable, *in situ*.

Todas ellas se presentan en relación con su contribución sustancial a la mitigación del cambio climático.

Con respecto al año pasado, hemos incluido la actividad 5.5. Por otro lado, no hemos considerado todas aquellas actividades sobre las cuales no ha habido ningún tipo de inversión en activos fijos.

Asimismo, en cuanto al denominador se refiere, en el caso del Grupo EROSKI como empresa no financiera que aplica las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), la base del indicador debe incluir las inversiones, adquisiciones o incrementos que se contabilizan en:

- NIC 16 Inmovilizado material: 116.455 miles de euros.
- NIC 38 Activos intangibles: 12.823 miles de euros.
- NIC 40 Inversiones inmobiliarias: 3.735 miles de euros.
- NIIF 16 Arrendamientos: 241.730 miles de euros.

Por todo ello, el grado de elegibilidad de este indicador es del 3,10%, frente al 6,40% que obtuvimos el ejercicio anterior. Por su parte, el grado de alineamiento de este indicador es del 0,45%, frente a 3,20% que se obtuvo el ejercicio anterior.

### Cálculo del porcentaje de los OpEx elegible y alineado

El gasto operativo u OpEx, incluye los costos recurrentes incurridos por la empresa en el curso de sus actividades normales de operación. Estos pueden abarcar gastos en mantenimiento, reparaciones, arrendamientos operativos, suministros, energía, servicios de terceros y otros costos necesarios para el funcionamiento diario de la empresa.

La proporción de OpEx alineado con la taxonomía debe calcularse siguiendo el Anexo I, apartado 1.1.3 del Reglamento delegado (UE) 2021/2178. El cálculo se realiza dividiendo el gasto operativo asociado a actividades sostenibles entre el total de OpEx relevante, según lo especificado a continuación.

El numerador incluirá los gastos operativos relacionados con actividades alineadas con la taxonomía, concretamente incluye:

- 5.5 Recogida y transporte de residuos no peligrosos en fracciones segregadas en origen.
- 7.6 Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable.
- 8.1 Proceso de datos, hosting y actividades relacionadas.

Todas ellas se presentan en relación con su contribución sustancial a la mitigación del cambio climático. Con respecto al año pasado se han incluido las actividades 7.6 y 8.1.

Asimismo, en cuanto al denominador se refiere, en la base del indicador de gastos operativos, que asciende a 86.568 miles de euros, se han incluido todos los costes directos no capitalizados del ejercicio en relación con:

- Investigación y desarrollo: 316 miles de euros.
- Arrendamiento a corto plazo: 29.737 miles de euros.
- Mantenimiento y reparaciones: 56.515 miles de euros.

A modo comparativo, el grado de elegibilidad de este indicador es del 7,85%, frente al 5,20% que obtuvimos el ejercicio anterior. Respecto al grado de alineamiento de este indicador es del 3,71% frente al 0,38% que obtuvimos el ejercicio anterior.

### 2.1.1.4. Indicadores clave de rendimiento (ICR)

A continuación, se presenta la proporción del volumen de negocios, de las CapEx y de los Opex procedentes de productos o servicios asociados a actividades económicas elegibles según la taxonomía o que se ajustan a ella. Para efectos de reporte de los ICR nos hemos acogido a las plantillas del Anexo II del Reglamento Delegado (UE) 2026/73 de 4 de julio de 2025.

Tabla 24. Resumen de los ICR

Ejercicio financiero 2025		Proporción de actividades elegibles (%)	Actividades que se ajustan (miles de €)	Proporción de actividades que se ajustan (%)	Desglose de las actividades que se ajustan a la taxonomía por objetivos medioambientales (%)						Proporción de actividades facilitadoras (%)	Proporción de actividad de transición (%)	Actividades no evaluadas (%)	Actividades que se ajustan en 2024 (miles de €)	Proporción de act. que se ajustan en 2024 (%)
ICR	Total (miles de €)				Mitigación al cambio climático	Adaptación al cambio climático	Agua	Economía circular	Contaminación	Biodiversidad					
					Volumen de negocios	5.727.121	0,07	3.976	0,07	0,07					
CapEx	374.743	3,10	1.700	0,45	0,45	-	-	-	-	0,45	0,00	-	7.522	3,20	
OpEx	86.568	7,85	3.212	3,71	3,71	-	-	-	-	0,01	3,70	-	348	0,38	

Tabla 25. Proporción del volumen de negocios según la taxonomía desglosado por actividades

ICR: volumen de negocios		Ejercicio financiero: 2025												
Actividades económicas	Proportión del ICR elegible (%)	Valor del ICR que se ajusta (miles de €)	Proportión del ICR que se ajusta (%)	Objetivo medioambiental de las actividades que se ajustan a la taxonomía (%)							Actividad facilitadora (E)	Actividad de transición (T)	Proportión del ICR elegible que se ajusta (%)	
				Mitigación del cambio climático	Adaptación al cambio climático	Agua	Economía circular	Contaminación	Biodiversidad					
Recogida y transporte de residuos no peligrosos en fracciones segregadas en origen.	CCM 5.5	0,07	3.976	0,07	0,07	-	-	-	-	-	-	-	T	100,00
<b>Suma de la adaptación por objetivo</b>				<b>0,07</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
<b>ICR total</b>		<b>0,07</b>	<b>3.976</b>	<b>0,07</b>	<b>0,07</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0,07</b>	<b>100,00</b>

Tabla 26. Proporción de las inversiones según la taxonomía desglosado por actividades

ICR: CapEx		Ejercicio financiero: 2025											
Actividades económicas	Proporción del ICR elegible (%)	Valor del ICR que se ajusta (miles de €)	Proporción del ICR que se ajusta (%)	Objetivo medioambiental de las actividades que se ajustan a la taxonomía (%)						Actividad facilitadora (€)	Actividad de transición (T)	Proporción del ICR elegible que se ajusta (%)	
				Mitigación del cambio climático	Adaptación al cambio climático	Agua	Economía circular	Contaminación	Biodiversidad				
Instalación y explotación de bombas de calor eléctricas.	CCM 4.16	0,16	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Recogida y transporte de residuos no peligrosos en fracciones segregadas en origen.	CCM 5.5	0,00	5	0,00	0,00	-	-	-	-	-	-	T	42,74
Construcción de edificios nuevos.	CCM 7.1	0,90	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Renovación de edificios existentes.	CCM 7.2	0,37	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética.	CCM 7.3	1,60	1.469	0,39	0,39	-	-	-	-	-	E	-	24,46
Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios.	CCM 7.5	0,06	224	0,06	0,06	-	-	-	-	-	E	-	97,70
Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable.	CCM 7.6	0,00	2	0,00	0,00	-	-	-	-	-	E	-	39,29
<b>Suma de la adaptación por objetivo</b>					<b>0,45</b>	-	-	-	-	-			
<b>ICR total</b>		<b>3,10</b>	<b>1.700</b>	<b>0,45</b>	<b>0,45</b>	-	-	-	-	-	<b>0,45</b>	<b>0,00</b>	<b>14,50</b>

Tabla 27. Proporción de los gastos según la taxonomía desglosado por actividades

ICR: OpEx		Ejercicio financiero: 2025											
Actividades económicas		Proporción del ICR elegible (%)	Valor del ICR que se ajusta (miles de €)	Proporción del ICR que se ajusta (%)	Objetivo medioambiental de las actividades que se ajustan a la taxonomía (%)						Actividad facilitadora (€)	Actividad de transición (€)	Proporción del ICR elegible que se ajusta (%)
					Mitigación del cambio climático	Adaptación al cambio climático	Agua	Economía circular	Contaminación	Biodiversidad			
Recogida y transporte de residuos peligrosos y no peligrosos (se responde en 5.5).	CE 2.3	0,01	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Reparación, renovación y remanufactura.	CE 5.1	0,05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Recogida y transporte de residuos no peligrosos en fracciones segregadas en origen.	CCM 5.5	4,14	2.917	3,37	3,37	-	-	-	-	-	-	T	81,45
Transporte por motocicletas, turismos y vehículos comerciales ligeros.	CCM 6.5	1,68	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética.	CCM 7.3	0,58	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable.	CCM 7.6	0,01	7	0,01	0,01	-	-	-	-	-	E	-	100,00
Proceso de datos, <i>hosting</i> y actividades relacionadas.	CCM 8.1	1,38	288	0,33	0,33	-	-	-	-	-	-	T	24,11
Suma de la adaptación por objetivo					3,71	-	-	-	-	-			
<b>ICR total</b>		<b>7,85</b>	<b>3.212</b>	<b>3,71</b>	<b>3,71</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0,01</b>	<b>3,70</b>	<b>47,26</b>

## 2.2. NEIS E1 – Cambio climático

### 2.2.1. Gobernanza

#### 2.2.1.1. Integración del rendimiento relacionado con la sostenibilidad en sistemas de incentivos (NEIS 2 GOV-3)

El apartado [1.1.2.3](#) de la 'NEIS 2 - Información general' detalla que en nuestro modelo retributivo no existe la retribución variable en ningún puesto, por lo que los órganos de administración, dirección y supervisión del Grupo EROSKI no cuentan con sistemas de incentivos por materias de sostenibilidad, incluidas las relativas a cambio climático, ni por otras materias u objetivos.

### 2.2.2. Estrategia

#### 2.2.2.1. Plan de transición para la mitigación del cambio climático (E1-1)

Desde el Grupo EROSKI llevamos años avanzando en la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en nuestras operaciones, en coherencia con nuestros valores de responsabilidad ambiental, económica y social, con nuestros 10 Compromisos por la Salud y la Sostenibilidad a 2025 y con los nuevos 5 Compromisos Contigo a 2030. Así, hemos definido en estos años distintas metas al respecto tal y como se menciona más adelante en el apartado [2.2.4.1](#) de este capítulo.

En este contexto, en 2021 dimos un paso más comprometiéndonos a ser neutros en carbono en 2050, alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible aprobados por Naciones Unidas (ONU) en 2015, el cumplimiento de los principios del Pacto Mundial de la ONU y nuestra adhesión al Código de Conducta Responsable de la Unión Europea para Prácticas de Marketing y Negocios Alimentarios. Posteriormente, en el año 2024, el Consejo de Dirección del Grupo EROSKI aprobó los objetivos intermedios que conforman nuestra hoja de ruta hacia esa neutralidad de carbono y que han sido definidos según la metodología de Science Based Targets initiative (SBTi), que nos permite garantizar que están basados en la ciencia y son compatibles con la limitación del calentamiento global a 1,5 °C. Así, nos hemos propuesto alcanzar una reducción mínima de nuestras emisiones del 90% en 2050 respecto al año base 2023, previo a compensar el resto de las emisiones. Además, como hito intermedio, tenemos la meta de alcanzar un 42% de reducción de nuestras emisiones en el año 2030 en los alcances 1, 2 y 3, respecto al año base 2023.

Desde el año 2017 reportamos en el Estado de Información No Financiera anual nuestra huella de carbono, lo que nos ha permitido cuantificar los avances en las metas fijadas. Hasta el año 2023, disponíamos únicamente de los resultados del alcance 1 y 2, y una parte pequeña del alcance 3, en la que el transporte aguas arriba era la actividad más relevante incluida. Considerando esa información disponible, la reducción de las emisiones de GEI alcanzada fue del 36% respecto a 2017. Esta mejora fue posible gracias principalmente a las distintas medidas de eficiencia energética implementadas. Desde el ejercicio 2024, reportamos la huella de carbono completa de organización, con todas las categorías del alcance 3 calculadas, tal

como se detalla en el apartado [2.2.4.3](#) de este capítulo. La reducción alcanzada en el ejercicio 2025 respecto al ejercicio 2023 es del 27%, lo que supone haber superado el 65% de cumplimiento del objetivo intermedio de reducir el 42% para 2030.

En el apartado [2.2.3.3](#) de este capítulo detallamos las palancas principales que hemos desplegado para la mitigación del cambio climático, que resumimos a continuación según si contribuyen al alcance 1, 2 o 3 de nuestra huella de carbono.

Tabla 28. Palancas de mitigación de cambio climático

Palanca	Descripción de las actuaciones desplegadas
<b>Alcances 1 y 2</b>	
Eficiencia energética	Implementación del nuevo modelo energético en los establecimientos y plataformas del Grupo EROSKI, que incorpora iluminación LED, cierre de muebles de frío, centrales de CO <sub>2</sub> y sistemas de medición y control avanzados.
Refrigerantes menos contaminantes	Sustitución paulatina de los refrigerantes actuales por otros con menor potencial de calentamiento atmosférico, alineados con la normativa F-gas.
Uso de energías renovables	Instalación de placas fotovoltaicas en los centros.
<b>Alcance 3</b>	
Eficiencia energética	Optimización de la eficiencia de las operaciones de transporte e incorporación de vehículos con menores consumos por kilómetro transportado.
Sustitución de combustibles	Incorporación de vehículos de gas natural en el transporte aguas arriba.
Electrificación	Instalación de puntos de recarga eléctricos en nuestros centros, así como electrolineras en nuestras gasolineras. Incorporación de vehículos eléctricos en la distribución de última milla.
Movilidad sostenible	Implantación de medidas como el trabajo híbrido para reducir los desplazamientos de trabajadores.
Reducción en el uso de recursos y medidas de economía circular	Ecodiseño de envases y embalajes, uso de soluciones digitales para reducir el consumo de papel, mejoras en la eficiencia en el consumo de agua, prevención del desperdicio alimentario y gestión circular de los residuos potenciando la logística inversa.
Sensibilización y formación de los grupos de interés	Medidas de sensibilización y formación a las personas trabajadoras y consumidoras para que implementen hábitos de consumo responsables. Incorporación de etiquetados ambientales en los productos que favorezcan elecciones de compra más sostenibles.
Descarbonización de la cadena de suministro	Incorporación en la gama de productos con certificaciones de sostenibilidad. Acciones de acompañamiento a los proveedores, especialmente los más pequeños, para ayudarles en su capacitación y mejora continua.

Adicionalmente a estas palancas ya desplegadas y en las que seguiremos profundizando, dentro del uso de energías renovables, prevemos la adquisición de garantías de origen en el medio y largo plazo que nos permitan alcanzar nuestro objetivo a 2030 para los alcances 1 y 2.

Estas actuaciones mencionadas conforman el plan de transición para la mitigación del cambio climático que estamos desarrollando para conseguir una descarbonización coherente con nuestros compromisos y que asegure la resiliencia de la organización ante los riesgos en esta

materia. El plan se integrará dentro de la estrategia de la organización tras su aprobación en el primer semestre de ejercicio 2026 por los órganos de gobierno competentes.

El plan abarcará también las acciones vinculadas a nuestra cadena de valor, en tanto que la categoría '3.1. Bienes y servicios' de nuestra huella supone el 62% de nuestras emisiones de GEI y, por tanto, su mejora es esencial para la consecución de nuestros objetivos. Así, nos focalizaremos en nuestras empresas proveedoras de productos para traccionarles en la medición y comunicación de su huella y en la fijación de objetivos basados en la ciencia y alineados con la limitación de calentamiento global de 1,5°C.

Respecto a posibles emisiones de GEI bloqueadas, para el alcance 1 y 2 se focalizan en las centrales refrigerantes usadas en nuestros centros, que como hemos mencionado, se están sustituyendo por otras menos contaminantes de forma progresiva. No obstante, el porcentaje que suponen del total de la huella es tan bajo que no se considera significativo.

Por otro lado, cabe mencionar que actualmente el Grupo EROSKI no está incluido en los índices de referencia de la UE armonizados con el Acuerdo de París.

#### **2.2.2.2. Impactos, riesgos y oportunidades materiales y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio (NEIS 2 SBM-3)**

Los impactos, riesgos y oportunidades relacionados con el clima considerados materiales según el análisis de doble materialidad se detallan en el apartado [1.1.3.3](#) del capítulo 'NEIS 2 – Información general'. En cuanto a los dos riesgos considerados materiales en ese análisis para la mitigación al cambio climático, sanciones por exceso de emisiones y costes por derechos de emisiones, se pueden clasificar como transicionales en tanto que dimanen de los potenciales cambios regulatorios más estrictos que podrían traducirse en un impacto en nuestra rentabilidad y competitividad en el mercado. Asimismo, se ha identificado como material para las cuestiones relacionadas con energía el riesgo de la volatilidad de sus precios, que también se considera un riesgo de transición.

#### **Análisis de resiliencia climática**

Por otro lado, el análisis de resiliencia climática que hemos realizado en el Grupo EROSKI identifica, evalúa y gestiona los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático mediante una metodología robusta y estructurada, con el objetivo de determinar cómo esos factores impactan en la estrategia global del Grupo, su gobernanza, cadena de suministro y operaciones.

#### **Evaluación de los riesgos y oportunidades climáticas**

En primer lugar, se lleva a cabo el proceso de identificación y priorización de los riesgos y oportunidades conforme al nuevo estándar IFRS S2 de los International Financial Reporting Standards, y que se describe en el apartado [2.2.3.1](#) del presente capítulo. En él se detallan los escenarios climáticos y horizontes temporales considerados para el estudio.

En el caso de los riesgos climáticos físicos, se ha analizado la trayectoria de las variables climáticas para estimar la probabilidad de ocurrencia de eventos climáticos adversos en las ubicaciones de nuestros centros. Por ejemplo, si se detecta un aumento en la temperatura media, las precipitaciones y los vientos en una ubicación específica, es posible que la probabilidad de eventos climáticos extremos también aumente, lo que podría representar riesgos significativos para nuestras operaciones, ya que pueden afectar tanto a nuestras instalaciones como a nuestra clientela.

Respecto a los riesgos de transición y oportunidades climáticas, el análisis abarca aspectos tecnológicos y de mercado, teniendo en cuenta, entre otros, los posibles cambios en los patrones de comportamiento de clientes, así como las variaciones esperadas en los precios de las materias primas vinculados a iniciativas relacionadas con la acción climática. Esto nos proporciona una comprensión completa de los factores regulatorios y de mercado que podrían influir en nuestra posición y desempeño directamente o través de impactos de nuestra cadena de valor, permitiendo una planificación estratégica precisa y proactiva.

En ambos casos, la priorización posterior de los riesgos y oportunidades identificadas se ha realizado en función de su severidad, considerando los posibles impactos que podrían tener en las ubicaciones donde la empresa tiene actividad o en la organización en su conjunto. Este enfoque permite identificar la vulnerabilidad base de la empresa y cuantificar los posibles efectos adversos.

En función de esa priorización por probabilidad y severidad, se han determinado los riesgos y oportunidades climáticas más significativas para la organización, que se detallan a continuación.

#### Riesgos de transición

- **TR-1: Nueva regulación climática.** La implementación de objetivos de carbono, precios del carbono y otras regulaciones ambientales más estrictas puede generar costos adicionales y modificar los parámetros de operación del Grupo. Las principales áreas de impacto incluyen cambios operativos, inversiones en sostenibilidad y la adaptación a nuevas expectativas del mercado.
- **TR-2: Aumento del precio de las materias primas.** El cambio climático puede impactar significativamente sobre los precios de los productos que en el Grupo EROSKI comercializamos, principalmente debido a la reducción de la productividad agrícola causada por el aumento de temperaturas, fenómenos extremos como sequías e inundaciones, y la migración de plagas, lo que genera escasez y encarece productos clave como frutas y verduras. Además, la escasez de agua derivada de condiciones climáticas extremas podría elevar su precio y restringir su uso, incrementando los costos operativos de la compañía. Así mismo, la transición energética y las regulaciones climáticas pueden elevar el precio de la energía, impactando los costos logísticos y operativos del Grupo EROSKI.

#### Riesgos físicos

- **PR-2: Fuertes precipitaciones y tormentas.** Las fuertes precipitaciones y tormentas pueden tener un impacto financiero considerable para el Grupo EROSKI, especialmente en zonas con alta exposición a inundaciones. Entre los principales efectos se incluyen

daños en la infraestructura de tiendas, lo que podría implicar costosas reparaciones y períodos de inactividad; interrupciones en el suministro eléctrico que afectan a la conservación de productos perecederos, generar pérdidas económicas; retrasos en la cadena de suministro debido a inundaciones en rutas de transporte, lo que puede provocar desabastecimiento y afectar las ventas; riesgos operativos en gasolineras y plataformas logísticas por daños en infraestructuras críticas; y una reducción en el tráfico de clientes en general, con impacto en la rentabilidad y el cumplimiento de objetivos comerciales.

### Oportunidades climáticas

- **O-1a: Mejora de la eficiencia energética de las instalaciones.** La inversión en tecnologías limpias, como energías renovables, almacenamiento de energía y soluciones de eficiencia energética, presenta una oportunidad significativa para el Grupo EROSKI. A medida que los precios de estas tecnologías siguen disminuyendo y las políticas gubernamentales de apoyo se expanden, en el Grupo podemos beneficiarnos de mayores rendimientos en nuestras inversiones a largo plazo.

Una vez identificados y clasificados los riesgos climáticos significativos y los potenciales impactos que pueden generar directamente en nuestras operaciones o por efectos en la cadena de valor, hemos iniciado el análisis de los posibles impactos financieros que podrían surgir si se materializan, junto con los beneficios económicos asociados a las oportunidades identificadas. Analizamos tanto los efectos directos como los indirectos de cada riesgo u oportunidad prioritaria, en función de los escenarios y horizontes temporales definidos. La evaluación cuantitativa se centra en el riesgo residual y el beneficio potencial, y proporciona una visión realista de la situación de la organización en el momento del análisis, tras la implementación de medidas de mitigación o aprovechamiento de oportunidades.

A continuación, se presentan los resultados cualitativos del análisis de impacto financiero de los riesgos y oportunidades climáticas realizado. En futuros ejercicios, se prevé incorporar en el reporte los impactos financieros cuantitativos de los IRO relacionados con el cambio climático.

Tabla 29. Impactos financieros potenciales derivados de los riesgos y oportunidades climáticas

Áreas de impacto	Activos	Gastos	Ingresos
<b>TR-1: Nueva regulación climática</b>			
Pérdida de ingresos	Restricciones al uso de combustibles fósiles como gasolina y diésel, lo que reducirá la demanda de estos productos.	Incremento en los costos operativos al buscar alternativas sostenibles, como la diversificación hacia servicios complementarios para la movilidad sostenible.	Disminución de los ingresos debido a la reducción en la demanda de combustibles fósiles.
Aumento de gastos operativos	-	Inversiones en tecnologías de refrigeración sostenibles, necesidad de establecer colaboraciones más estrechas con proveedores y poner en	Incremento en los costos operativos relacionados con la gestión de la sostenibilidad y cumplimiento normativo.

Áreas de impacto	Activos	Gastos	Ingresos
		marcha estrategias para reducir el uso de envases plásticos de un solo uso o mejorar su recogida selectiva.	
Inversiones de capital	-	Inversiones significativas para diversificar la oferta hacia soluciones más sostenibles. Esto incluye la instalación de puntos de carga para vehículos eléctricos y el desarrollo de servicios complementarios que atiendan las necesidades de la movilidad sostenible.	-
Impactos estratégicos y reputacionales	-	Desarrollo de capacidades internas y auditorías para gestionar adecuadamente los datos de sostenibilidad.	Riesgo de pérdida de confianza por parte de clientes y socios estratégicos en caso de incumplimiento de regulaciones, afectando la reputación y, consecuentemente, las ventas.
<b>TR-2: Aumento del precio de las materias primas</b>			
Aumento de los costes operativos	Restricciones al uso de combustibles fósiles como gasolina y diésel, lo que reducirá la demanda de estos productos.	Incremento en los costos operativos al buscar alternativas sostenibles, como la diversificación hacia servicios complementarios para la movilidad sostenible.	Disminución de los ingresos debido a la reducción en la demanda de combustibles fósiles.
Presión en los márgenes de beneficio	-	Necesidad de establecer colaboraciones más estrechas con proveedores y poner en marcha estrategias para reducir el uso de envases plásticos, además de inversiones en tecnologías de refrigeración sostenibles.	Afectación en la competitividad del precio en el mercado por el traslado del incremento de costes al precio.
Impacto en la cadena de suministro	-	Aumento en los costos de la cadena de valor por una menor eficiencia a consecuencia de riesgos físicos crónicos que limitan su producción, retrasan la entrega de productos y complejizan la gestión de la calidad y conservación de los productos perecederos.	Pérdida de ingresos por falta de disponibilidad de producto.

Áreas de impacto	Activos	Gastos	Ingresos
<b>PR-2: Fuertes precipitaciones y tormentas</b>			
Daños a infraestructuras en tiendas	Daños estructurales y recuperación de las tiendas afectadas.	Aumento en los gastos operativos por reparaciones.	Disminución de los ingresos debido a la pérdida de operatividad durante períodos de cierre
Interrupciones en el suministro eléctrico	Pérdida de inventarios sensibles a la temperatura debido a la falta de refrigeración adecuada.	Incremento en los costos por soluciones temporales, como alquiler de generadores.	Reducción en las ventas debido a la incapacidad de mantener productos en condiciones óptimas.
Retrasos en la cadena de suministro	-	Incremento en los costos logísticos por rutas alternativas o soluciones temporales para el abastecimiento.	Pérdida de ingresos por desabastecimiento en tiendas, lo que afecta las ventas y la satisfacción del cliente.
Riesgos operativos en gasolineras y plataformas logísticas	Daños estructurales a infraestructuras críticas, como gasolineras y centros logísticos.	Incremento en los costos operativos por reparaciones y pérdida de eficiencia.	Posible reducción en las ventas debido a la incapacidad de operar en estas instalaciones.
Reducción del tráfico de clientes en comercios	-	-	Disminución en los ingresos por ventas debido a la menor afluencia de clientes durante eventos climáticos extremos.
<b>O-1a: Mejora de la eficiencia energética de las instalaciones</b>			
Reducción de costos operativos	-	Disminución significativa en los costos operativos debido a la optimización energética y la adopción de energías renovables, como paneles solares, lo que reduce la dependencia de fuentes energéticas costosas.	Posible venta de energía excedentaria.
Mejora de la sostenibilidad y reputación de la marca	-	-	Incremento en los ingresos gracias al fortalecimiento de la imagen de marca sostenible, atrayendo a un público más comprometido con prácticas ambientales.
Aumento de la resiliencia operativa	Instalaciones y sistemas más eficientes y sostenibles.	-	-

### Integración de la resiliencia climática en la estrategia corporativa

Este enfoque integral de evaluación de riesgos y oportunidades ofrece una perspectiva detallada y completa sobre los desafíos y beneficios potenciales para la organización. Gracias a ello, se facilita una toma de decisiones fundamentada y estratégica, permitiendo gestionar y mitigar los riesgos de manera efectiva, así como aprovechar las oportunidades de forma sostenible.

En este contexto, cabe mencionar que, si bien los escenarios climáticos son una herramienta valiosa para la planificación estratégica, su utilización conlleva una serie de incertidumbres inherentes. La principal radica en la imprevisibilidad de las políticas globales y la velocidad de la transición energética, factores que afectan directamente la viabilidad y precisión de cada escenario. Estos escenarios se construyen a partir de suposiciones sobre decisiones futuras, así como sobre cambios sociales y tecnológicos, los cuales pueden diferir significativamente de lo que ocurre en la práctica.

Además, aunque los escenarios ofrecen proyecciones globales sobre el impacto del cambio climático y la disponibilidad de recursos clave, como agua y energía, las condiciones locales pueden diferir considerablemente. Esta disparidad añade una capa adicional de incertidumbre al adaptar estrategias específicas, ya que los efectos del cambio climático pueden manifestarse de forma distinta a nivel regional, afectando la disponibilidad de recursos de manera no prevista por los modelos globales. Por todo ello, desde el Grupo EROSKI mantendremos una estrategia flexible y actualizaremos regularmente nuestros planes en función de nueva información climática, económica y normativa.

Con los riesgos y oportunidades identificados y evaluados según los escenarios climáticos actuales, desde el Grupo EROSKI estamos desarrollando estrategias de adaptación y mitigación que pueden servir como planes de acción para abordar los riesgos climáticos y maximizar los beneficios de las oportunidades climáticas, tal y como se recoge en el apartado [2.2.3.3](#) de este capítulo.

Así, en el Grupo EROSKI hemos comenzado a integrar progresivamente la resiliencia climática en nuestra estrategia corporativa, con el objetivo de garantizar que los riesgos asociados al cambio climático y la necesidad de adaptación a largo plazo sean considerados en las decisiones estratégicas y operativas. Para ello, hemos incorporado la resiliencia en nuestras políticas y modelo de gobernanza, que se detallan en el capítulo 'NEIS 2 – Información general', en los apartados [1.1.4.3](#) y [1.1.2](#).

Tabla 30. Mecanismos de gestión de los riesgos y oportunidades climáticas

Descripción del riesgo u oportunidad	Impacto potencial en Grupo EROSKI	Mecanismos de gestión
<b>Riesgos físicos agudos</b>		
PR-2: Fuertes precipitaciones y tormentas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deterioro de las infraestructuras y daños estructurales.</li> <li>Interrupciones en el suministro eléctrico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis de tensión y riesgos hídricos y gestión en caso de situación de alerta.</li> </ul>

Descripción del riesgo u oportunidad	Impacto potencial en Grupo EROSKI	Mecanismos de gestión
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de los costes de reparación y mantenimiento.</li> <li>• Dificultades logísticas y de transporte</li> <li>• Inundaciones de las instalaciones.</li> <li>• Reducción del tráfico de clientes por obstaculización de acceso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategia omnicanal para garantizar la compra a nuestros clientes.</li> </ul>
<b>Riesgos de transición</b>		
<p>TR-1: Nueva regulación climática</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento de costes operativos derivados de la adaptación a las nuevas normativas climáticas y su cumplimiento.</li> <li>• Impactos estratégicos y reputacionales por incumplimiento de normativas.</li> <li>• Dificultades de transporte y pérdida de ingresos en gasolineras debido a las restricciones en el uso de combustibles fósiles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos y electrolineras.</li> <li>• Optimización de las operaciones logísticas y de transporte.</li> <li>• Renovación progresiva de las centrales de frío.</li> <li>• Ecodiseño en envases y embalajes.</li> <li>• Plan de Prevención del Desperdicio Alimentario.</li> <li>• Gestión circular de residuos.</li> <li>• Marco de cumplimiento normativo.</li> </ul>
<p>TR-2: Aumento del precio de las materias primas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento de los costes operativos derivados del incremento de los precios de materias primas y energía.</li> <li>• Reducción de los recursos y la capacidad productiva en la cadena de valor (posible desabastecimiento).</li> <li>• Reducción del margen de beneficios.</li> <li>• Impactos reputacionales al trasladar el aumento de precios a los consumidores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejora de la eficiencia vía automatización, gestión de acuerdos a precios adecuados, participación en alianzas sólidas...</li> <li>• Cadena de suministro diversa y con alta presencia de empresas proveedoras locales.</li> <li>• Acompañamiento a los proveedores locales para su mejora en sostenibilidad.</li> <li>• Incorporación de productos con certificaciones externas de sostenibilidad, que puedan ser más resilientes al cambio climático.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>		
<p>O-1a: Mejora de la eficiencia energética de las instalaciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reducción de los costes operativos</li> <li>• Mejora de la sostenibilidad y reputación de la marca</li> <li>• Optimización de procesos</li> <li>• Aumento de la resiliencia operativa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adaptación de los procesos e instalaciones para una mayor ecoeficiencia y uso de energías renovables</li> </ul>

## 2.2.3. Gestión de impactos, riesgos y oportunidades

### 2.2.3.1. Descripción de los procesos para determinar y evaluar los impactos, los riesgos y las oportunidades materiales relacionadas con el clima (NEIS 2 IRO-1)

En el Grupo EROSKI empleamos un proceso sistemático para identificar y evaluar los impactos, riesgos y oportunidades (IRO) materiales, incluidos los asociados con el clima. Este proceso está descrito en el apartado [1.1.4.1](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general'. Dentro de este proceso de análisis de la doble materialidad, en el que se incluye la identificación y evaluación de IRO, se ha involucrado a los grupos de interés afectados mediante consultas, tal como se ha descrito también en el mismo apartado.

#### **Análisis de riesgos y oportunidades climáticas conforme al IFRS S2**

Adicionalmente a ese proceso de identificación de IRO realizado con la doble materialidad, en el Grupo EROSKI realizamos en 2024 un análisis específico de los riesgos y oportunidades climáticas que enfrenta, según estándares voluntarios de referencia en esa materia. Concretamente, las recomendaciones del Grupo de Trabajo sobre Divulgaciones Financieras Relacionadas con el Clima (TCFD, según sus siglas en inglés) y el nuevo estándar de la International Financial Reporting Standards, el IFRS S2, que recoge e integra esas recomendaciones y se convierte en el estándar global para la divulgación de información financiera relacionada con el clima. Además, da cumplimiento a los criterios de no causar perjuicio significativo (DNSH, según sus siglas en inglés) relacionados con la adaptación climática, establecidos en el apéndice A del Reglamento Delegado (UE) 2021/2139, en relación con la Taxonomía Europea.

#### **Alcance y horizontes temporales**

El análisis de riesgos y oportunidades climáticos realizado se centra en nuestras operaciones directas, proveedores clave y regiones geográficas de todos nuestros centros del ejercicio anterior. Además, abarca un marco temporal dividido en tres fases:

- **Corto plazo (0-3 años):** la elección de este horizonte responde a la necesidad de gestionar riesgos climáticos inmediatos y recurrentes que pueden impactar de forma disruptiva las operaciones. Los fenómenos meteorológicos extremos (sequías, inundaciones, olas de calor) ya están aumentando en frecuencia e intensidad, afectando directamente la producción, transporte y almacenamiento de materiales clave. Además, las regulaciones climáticas emergentes suelen tener plazos de implementación ajustados, requiriendo acciones rápidas para garantizar el cumplimiento normativo.
- **Medio plazo (4-10 años):** este horizonte se ha seleccionado debido a la consolidación prevista de regulaciones internacionales y regionales relacionadas con el cambio climático, como el Mecanismo de Ajuste Fronterizo de Carbono (CBAM), que afectará directamente los costos de producción y exportación de productos con alta huella de carbono. Además, en este periodo se espera un endurecimiento de los estándares sobre emisiones, lo que obligará a realizar cambios estructurales significativos en los procesos productivos para mantener la competitividad.

- **Largo plazo (más de 10 años):** la elección de este horizonte está motivada por las proyecciones científicas sobre el cambio climático que prevén impactos irreversibles en los patrones climáticos y la disponibilidad de recursos. La escasez de recursos naturales (agua, combustibles fósiles) y el incremento sostenido de los costos asociados al carbono representan riesgos estructurales para la viabilidad del modelo de negocio tradicional. Además, se prevé que las normativas internacionales evolucionen hacia la neutralidad climática, exigiendo la adopción de tecnologías disruptivas, como la captura y almacenamiento de carbono (CCS), para mitigar las emisiones residuales que no pueden eliminarse con otras medidas.

Estos horizontes temporales son los utilizados habitualmente para los análisis de riesgos y oportunidades relacionadas con el clima y difieren de los presentados para el resto del informe en el apartado [1.1.1.2](#) del capítulo 'NEIS 2 – Información general', en los que el largo plazo abarca más de 5 años. Esta disparidad de criterio se debe a que un análisis de la evolución de las variables climáticas y de los efectos de las políticas y el mercado en el clima requiere de plazos más amplios que los de la gestión estratégica ordinaria de una organización. Un análisis climático a cinco años no sería representativo de los riesgos que pueden afectar a nuestra organización por el calentamiento global ni sería suficiente para un análisis de resiliencia climática robusto.

### Escenarios climáticos utilizados

En el Grupo EROSKI hemos adoptado el uso de los escenarios climáticos SSP1-2.6 (Sostenibilidad), SSP2-4.5 (Estabilidad Intermedia) y SSP5-8.5 (Alto Desarrollo con Emisiones) como base para planificar nuestra estrategia de negocio a largo plazo. Estas trayectorias socioeconómicas compartidas (SSP, según sus siglas en inglés) describen futuros alternativos de desarrollo económico hasta 2100 según diferentes evoluciones de políticas climáticas y niveles de mitigación alcanzados. Las características de los que hemos elegido se presentan a continuación.

Tabla 31. Escenarios climáticos

Escenario climático	SSP1-2.6 (Sostenibilidad)	SSP2-4.5 (Estabilidad intermedia)	SSP5-8.5 (Altas emisiones)
Incremento de temperatura a 2100	1,5°C	1,7 - 3°C	4 - 5°C
Políticas y acciones globales contra el cambio climático	Se orientan hacia la sostenibilidad, la equidad social y la conservación del medio ambiente	Moderadas. Existe un equilibrio entre el crecimiento económico y las preocupaciones ambientales	Limitadas.
Impacto	Rápida adopción de tecnologías limpias, mayor eficiencia energética y cambios significativos en los patrones de consumo.	Cambio gradual hacia tecnologías más limpias	Aumento significativo en las emisiones de GEI por un rápido crecimiento económico y alta demanda de energía, impulsada por el uso intensivo de combustibles fósiles

Estos tres escenarios, desarrollados con base en investigaciones científicas y respaldados por organizaciones internacionales, abarcan un espectro amplio de posibilidades y nos permiten contar con una visión comprensiva y diversa sobre posibles futuros globales en términos de políticas, tecnología y sostenibilidad, para poder disponer de una planificación robusta frente al cambio climático. Así, el escenario SSP1-2.6 equivale a un cumplimiento del Acuerdo de París, mientras que el escenario SSP2-4.5 se alinea más con el estado actual de las políticas climáticas y, por lo tanto, es el que más se ajusta a la normativa IFRS S2. En este contexto, hemos considerado también para la evaluación de los riesgos de transición:

- Los escenarios transicionales del World Energy Outlook (WEO), para evaluar la probabilidad de un incremento en los costos energéticos asociado a la transición hacia fuentes de energía limpia.
- Los escenarios la Network for Greening the Financial System (NGFS), para evaluar probabilidad de enfrentar un marco regulatorio más estricto en materia de cambio climático.
- Las proyecciones del Instituto Internacional de Análisis de Sistemas Aplicados (IIASA), para evaluar de la exposición a riesgos derivados de la escasez de recursos clave, como agua y energía, en un contexto de transición energética.
- El escenario Net-Zero de la Agencia Internacional de Energía (IAE, según sus siglas en inglés), para evaluar la probabilidad de enfrentar riesgos asociados a políticas de descarbonización más estrictas.

### Identificación de riesgos y oportunidades

#### Determinación de la probabilidad de ocurrencia

La identificación preliminar de riesgos y oportunidades se realiza mediante un análisis de la probabilidad de su ocurrencia, considerando el tipo de actividad del Grupo EROSKI y su distribución geográfica. Este proceso adopta un enfoque dual que diferencia, por un lado, los riesgos físicos y, por el otro, los riesgos transicionales y las oportunidades, ya que requieren metodologías distintas.

- **Riesgos físicos (agudos y crónicos):** a partir de los 29 riesgos físicos relevantes detallados en el Apéndice A del Reglamento de Taxonomía Europea, hemos realizado un análisis detallado de la evolución de las variables climáticas en cada una de las localizaciones donde operamos. Para ello, hemos utilizado un *software* de sistemas de información geográfica (GIS, según sus siglas en inglés), alimentado con la información de los mapas del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC, según sus siglas en inglés) para los escenarios climáticos descritos en el apartado anterior en el corto, medio y largo plazo. A partir de estas variables, hemos desarrollado hipótesis basadas en comparaciones entre promedios globales e información histórica específica para las coordenadas geográficas de nuestros centros. Esto permite calcular la probabilidad de ocurrencia de los riesgos a través del análisis de variables climáticas individuales o combinadas, facilitando una evaluación precisa en función de cada horizonte temporal.
- **Riesgos transicionales y oportunidades:** hemos llevado a cabo un análisis exhaustivo de la regulación climática actual y emergente, y se ha evaluado su posible impacto en el Grupo a corto, medio y largo plazo. Además, hemos examinado en detalle las

tendencias en sostenibilidad y acción climática, tanto a nivel global como en el sector. Gracias a ello, se han identificado 9 posibles riesgos transicionales y 8 oportunidades. A partir de este análisis cualitativo, hemos realizado un proceso de extrapolación para convertir las evaluaciones cualitativas en estimaciones numéricas que permitan la identificación de los riesgos y oportunidades con mayor o menor probabilidad de materializarse. Las valorizaciones son ponderadas según la evolución del precio del carbono, para poder incluir una perspectiva de escenarios climáticos a la asignación de valores.

En función de esta evaluación, hemos aplicado un primer criterio de selección para enfocarnos en aquellos riesgos y oportunidades con probabilidad de ocurrencia moderada o alta. Después, hemos priorizado los 2 riesgos físicos, 3 riesgos transicionales y 8 oportunidades seleccionadas en función de la severidad del impacto que pueden generar en la organización.

#### Determinación de la severidad del impacto

Esta priorización la hemos realizado mediante una evaluación llevada a cabo por representantes de las distintas áreas y unidades de negocio afectadas del Grupo EROSKI. Para ello, hemos tenido en cuenta el impacto financiero potencial del riesgo inherente que podría derivarse de su ocurrencia, sin incluir acciones de mitigación o adaptación actuales o futuras. Así, el equipo interdisciplinar consideró exclusivamente el impacto potencial que un riesgo tendría si afectara a alguna instalación específica o al negocio en su conjunto. Además de la valoración de la gravedad, se consideraron también las experiencias donde el riesgo se hubiera materializado previamente y las medidas de respuesta y mitigación aplicadas, para poder analizar el riesgo residual de los riesgos inherentes más significativos.

Este proceso se ha llevado a cabo mediante cuestionarios y entrevistas con ese grupo de trabajo interdisciplinar, quienes finalmente asignaron un nivel de severidad cuantitativo a los impactos de los riesgos y oportunidades climáticos, siguiendo los siguientes criterios establecidos para minimizar la subjetividad en las respuestas:

- Evaluar el impacto directo de los riesgos. Por ejemplo, daños a instalaciones o interrupciones en la producción.
- Considerar los efectos indirectos, como cambios en los precios de materias primas o la disponibilidad de recursos.
- Analizar cómo estos riesgos pueden afectar la estrategia de negocio a largo plazo.

Por último, los riesgos y oportunidades climáticos se clasifican según la probabilidad de ocurrencia y la severidad del impacto mediante mapas de calor que permiten evaluar el nivel de riesgo y oportunidad en cada caso y facilitan una toma de decisiones informada para su gestión. Con todo ello, hemos identificado un riesgo físico, dos riesgos transicionales y una oportunidad como prioritarios, tal y como se detalla en el apartado [2.2.2.2](#) del presente capítulo.

#### **Evaluación de impactos financieros**

El proceso de evaluación de riesgos y oportunidades en el Grupo EROSKI se lleva a cabo con el objetivo de comprender cómo estos pueden afectar a la organización y, en particular, a sus distintas unidades de negocio. Este proceso se enfoca tanto en identificar los riesgos que podrían amenazar la estabilidad operativa y financiera de la compañía, como en destacar las

oportunidades que podrían generar beneficios. Para ello, utilizamos dos enfoques complementarios: una evaluación cualitativa que permite formar una hipótesis sobre el impacto potencial y una evaluación cuantitativa que, cuando es posible, ofrece un análisis financiero más detallado.

- **Evaluación cualitativa:** en esta fase, establecemos una hipótesis detallada sobre cómo cada riesgo u oportunidad podría repercutir en el negocio. El análisis se centra en identificar los posibles efectos que la materialización de estos riesgos u oportunidades podría tener sobre las distintas áreas de la organización. Este ejercicio permite comprender cómo dichos eventos podrían influir en las operaciones, la estrategia, la reputación y los resultados financieros, sin necesidad de realizar un cálculo exacto. Durante esta evaluación, se describen los principales impactos que los riesgos u oportunidades podrían generar si llegaran a materializarse. Se examinan las posibles consecuencias financieras y operativas, construyendo un escenario que ofrece una visión global de las repercusiones sobre el negocio. Esta fase es fundamental para anticipar los efectos clave y facilitar la toma de decisiones estratégicas sobre cómo mitigar los riesgos o aprovechar las oportunidades, aunque sin un análisis numérico preciso en esta etapa.
- **Evaluación cuantitativa:** en la segunda fase, se procede a un análisis más profundo de los posibles impactos financieros que podrían surgir en caso de materialización de los riesgos, así como de los beneficios económicos derivados de las oportunidades identificadas. Durante esta etapa, se consideran tanto los impactos directos como los indirectos causados por su cadena de valor que cada riesgo u oportunidad podría tener sobre la organización, utilizando los tres escenarios específicos y horizontes temporales previamente definidos. La evaluación cuantitativa se centra en el riesgo residual y el beneficio potencial, proporcionando un análisis realista que refleja la situación de la compañía después de la implementación de medidas de mitigación o aprovechamiento. Cabe mencionar que esta evaluación cuantitativa no es obligatoria según el estándar IFRS S2, a menos que se disponga de los datos e información necesarios para su cálculo.

Los resultados del análisis de impacto financiero cualitativo se presentan en el apartado [2.2.2.2](#) de este capítulo, e incluyen las posibles afectaciones en las operaciones de la organización por la materialización de los riesgos y oportunidades identificados en su cadena de suministro y clientela.

### **2.2.3.2. Políticas relacionadas con la mitigación del cambio climático y la adaptación al mismo (E1-2)**

Los valores y principios de nuestra cultura corporativa se materializan en un conjunto de prácticas y políticas que fomentan un entorno de responsabilidad y cumplimiento normativo e involucra a todo el Grupo EROSKI. En el apartado [1.1.4.3](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general', se puede consultar el abanico de políticas existentes en el Grupo EROSKI, así como una descripción de su ámbito de aplicación, su procedimiento de aprobación y seguimiento por los órganos de gobierno de la organización y los mecanismos de divulgación a los grupos de interés. En el presente capítulo incluimos una descripción del contenido fundamental de nuestra

Política de Mitigación y Adaptación al Cambio Climático, que está alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en especial con los de energía asequible y no contaminante (ODS 7), industria, innovación e infraestructura (ODS 9), producción y consumo responsables (ODS 12) y acción por el clima (ODS 13).

### Política de Mitigación y Adaptación al Cambio Climático

En el Grupo EROSKI tenemos la convicción de que cuidar de nuestro entorno natural es fundamental para el éxito de nuestra actividad. Además, somos conscientes de nuestra responsabilidad irrenunciable con el medio ambiente y queremos también promover este compromiso en toda nuestra cadena de valor. En coherencia con ello, nos hemos fijado el objetivo de convertirnos en una empresa neutra en carbono en el año 2050 y hemos definido nuestra Política de Mitigación y Adaptación al Cambio Climático. Así, resumimos sus principios en función de los siguientes ámbitos:

- **Mitigación del cambio climático:** nos comprometemos a definir y evaluar los objetivos de reducción de las emisiones alineados con los objetivos del Acuerdo de París y según las futuras actualizaciones basadas en la ciencia, así como a elaborar un plan de transición que los recoja. Además, avanzaremos en la sustitución de los refrigerantes actuales por otros de menor potencial de calentamiento atmosférico, en la renovación de la flota de transporte por vehículos con menores emisiones de GEI y en una gestión circular de los residuos. Asimismo, queremos impulsar la innovación en tecnologías más eficientes y menos intensivas en las emisiones de GEI e introducirlas progresivamente en nuestras instalaciones.
- **Adaptación al cambio climático:** nos comprometemos a integrar el cambio climático en los procesos internos de planificación estratégica y de toma de decisiones, así como en el análisis, gestión y reporte de los riesgos climáticos, según estándares de referencia como IFRS S2. En ese sentido, estableceremos un sistema de gestión ambiental para el Grupo EROSKI que facilite la evaluación, análisis, gestión y reducción de los riesgos medioambientales, así como la mejora en la gestión de recursos y la optimización de inversiones y costos, incorporando las variables climáticas pertinentes. Además, queremos contribuir a la concienciación y capacitación en materia de cambio climático entre nuestros grupos de interés y la sociedad en general, para potenciar la mitigación y adaptación al cambio climático en toda la cadena de valor.
- **Eficiencia energética:** promovemos el uso eficiente y responsable de la energía, así como hábitos que apoyen esta práctica, involucrando a los grupos de interés. Así, seguiremos avanzando en la instalación de iluminación LED y la implementación de sistemas automáticos de control del consumo energético.
- **Despliegue de energías renovables:** nos comprometemos a continuar la transición hacia el abastecimiento de energías renovables, bien a través de la energía que nos suministramos, bien a través de la instalación de paneles fotovoltaicos u otras fuentes renovables.

El Departamento de Sostenibilidad supervisa la implantación y el cumplimiento de esta Política en colaboración con aquellos departamentos involucrados en la consecución de los objetivos y metas fijadas y reporta al Comité de Sostenibilidad. Este reporta al Consejo de Dirección sobre la ejecución de dichos objetivos y sus posibles desviaciones, sugiere las mejoras en la materia que estime conveniente, y traslada la propuesta de revisión anual de los objetivos relacionados

con el cambio climático en el marco de aprobación del Plan de Gestión. Por su parte, el Comité de Auditoría y Cumplimiento supervisa la eficacia del sistema de control interno y gestión de riesgos de los objetivos en esta materia.

Asimismo, cabe destacar también las Políticas de Recursos Hídricos y Marinos y de Pesca y Acuicultura Sostenibles, que se detallan en el apartado [2.3.1.2](#) del capítulo 'NEIS E3 - Recursos hídricos y marinos', y la Política de Economía Circular, que se detalla en el apartado [2.4.1.2](#) del capítulo 'NEIS E5 - Uso de los recursos y economía circular', en tanto que incluyen compromisos que contribuyen a la mitigación al cambio climático.

### **2.2.3.3. Actuaciones y recursos en relación con las políticas en materia de cambio climático (E1-3)**

#### **Mitigación al cambio climático**

En coherencia con nuestra Política de Cambio Climático y las metas de descarbonización que nos hemos fijado, detalladas, respectivamente, en los apartados [2.2.3.2](#) y [2.2.4.1](#) de este capítulo, desde el Grupo EROSKI contamos con una trayectoria dilatada en la implementación de medidas para la mitigación al cambio climático, principalmente a través de acciones de eficiencia energética y la optimización de nuestras actividades logísticas y de transporte. En el apartado [2.2.2.1](#) de este capítulo hemos mencionado tanto los avances conseguidos en la reducción de nuestra huella de carbono como las principales actuaciones por palanca de descarbonización que implementamos, y que detallamos a continuación. Adicionalmente, las reducciones alcanzadas en 2025 para cada alcance y categoría de la huella de carbono se presentan en el apartado [2.2.4.3](#) de este capítulo.

#### **Eficiencia energética**

##### Supermercados e hipermercados innovadores y ecoeficientes

Nuestro modelo de centro eficiente y sostenible para los negocios de supermercados e hipermercados cuenta con cuatro líneas de trabajo en relación con la eficiencia energética, cada una con distintas actuaciones potenciales: frío, alumbrado, climatización y monitorización. De ellas, las acciones priorizadas en 2025 y en el medio plazo para su implantación en los centros son:

- **Cierre de muebles de frío:** el uso de puertas permite evitar la salida del frío a la sala de ventas, lo que reduce considerablemente el consumo energético, mejora la conservación de los alimentos e incrementa la sensación de confort en la tienda. Además, estas puertas son innovadoras por su baja conductividad térmica y la ausencia de marcos, lo que permite una visión panorámica de los productos. El 94% de los centros cuentan ya con esta medida implementada.
- **Centrales de CO<sub>2</sub>:** a través de un sistema de CO<sub>2</sub>, que es un refrigerante natural, se logra un mayor rendimiento en términos de refrigeración. Con este refrigerante se consigue una mayor eficiencia energética y un menor impacto en el calentamiento climático. Además, es más seguro, porque no es inflamable ni tóxico. Esta actuación es la más

compleja de llevar a cabo de las priorizadas debido al alto nivel de inversión económica que se requiere, por lo que su avance se hará de forma progresiva a lo largo de los próximos años. El nivel de implementación actual es del 21%, lo que ha supuesto un incremento a lo largo del ejercicio de 4 puntos porcentuales respecto a los datos del año anterior.

- **Iluminación LED:** este sistema de iluminación es más eficiente y, además, genera un mayor confort visual. El 98% de los supermercados e hipermercados del Grupo EROSKI cuentan ya con esta medida, aunque su nivel de implementación en la sala de ventas es prácticamente del 100% (falta su incorporación en vestuarios, oficinas, almacenes, etc.). Además, en aquellos centros con aporte de luz natural en sala de ventas, se realiza una regulación de la iluminación, optimizando así su uso.
- **Autómata de gestión:** con este sistema de gestión controlamos el funcionamiento de los principales consumos, como iluminación, hornos y climatización, entre otros, susceptibles de quedar encendidos en horario intempestivo y festivos. Este sistema es capaz de inhabilitar su funcionamiento fuera de los horarios y calendario de apertura establecidos. El 67% de los centros cuentan ya con este sistema, lo que supone un incremento del 4% respecto a 2024.
- **Submetering:** dentro de la gestión eficiente de los centros, es necesario medir los consumos eléctricos principales, como el consumo general, el frío industrial y la climatización entre otros, de forma que se pueda realizar seguimiento y control de la evolución de estos. El 71% de los supermercados e hipermercados del Grupo EROSKI han implementado esta medida, un 2% más que en 2024.

En global, considerando todas las actuaciones priorizadas y establecimientos, estamos en un nivel de implementación del nuevo modelo del 74%, lo que supone un incremento del 9% respecto a 2024.

#### Actividades logísticas y de transporte

La mejora de la eficiencia energética en nuestra actividad logística se enfoca en tres grandes ejes de actuación:

- **Plataformas más eficientes:** en la misma línea que hemos mencionado para las tiendas, implementamos medidas como iluminación LED, detectores de presencia, robots de temperatura y aprovechamiento de la luz natural. En relación con este eje de actuación, cabe mencionar que nuestras nuevas plataformas de ZAL Port de El Prat de Llobregat (Barcelona) en Barcelona y Júndiz-Berria (Vitoria-Gasteiz) cuentan con la certificación LEED Gold, que garantiza la aplicación de criterios de ecoeficiencia en su construcción.
- **Optimización de la eficiencia de los procesos de transporte:** buscamos minimizar las distancias recorridas y el número de camiones necesarios para el transporte de los productos comercializados entre las empresas proveedoras, nuestras plataformas y los establecimientos. Para ello, nuestro modelo de distribución se basa en una estructura logística capilar que realiza el transporte de plataforma a tienda, evitando desplazamientos entre establecimientos, a través de nuestra red nacional de plataformas y lanzaderas que facilitan la consolidación de cargas. Además, destacamos también las siguientes líneas de trabajo:
  - Mejora en los procesos de eficiencia para un mayor incremento de llenado de camiones y reducción de kilómetros, teniendo en cuenta también los kilómetros

en vacío. Algunos ejemplos de actuaciones en este sentido son el uso de semi-remolques de doble altura o el sistema Spacelinvader, para aprovechar mejor la altura útil del palé. Gracias a estas medidas y otras, contamos con un porcentaje de ocupación promedio de los camiones del 75%.

- Sistema de optimización de rutas en toda la red, tanto en distribución como en transporte *in-bound*, de compra en origen a proveedores, y con especial foco en la distribución de última milla.
- **Vehículos más eficientes:** incorporamos vehículos con menor consumo de combustible por kilómetro y palé transportado. Nuestras actuaciones al respecto son:
  - Renovación de los vehículos de la flota, eliminando progresivamente los camiones más antiguos e incorporando vehículos con motorizaciones Euro6. Así, en 2025 el 84% de los kilómetros recorridos ha sido con vehículos Euro6, lo que supone un aumento de un 3% respecto al año anterior.
  - Utilización de camiones dúo-trailer para el transporte en media y larga distancia, que emiten menos GEI que los camiones por separado.

### Negocio de ocio y deporte

En FORUM SPORT destacamos las siguientes acciones de mejora de la eficiencia energética:

- **Tiendas más eficientes:** incorporamos actuaciones como la implementación de iluminación LED en la sala de ventas, actualmente en un 22% de nuestras tiendas, y submetering, ya disponible en un 54% de los centros.
- **Logística más eficiente:** estamos probando un nuevo sistema de optimización de la reposición y el transporte interno, para ser más eficientes y minimizar el impacto ambiental asociado a los movimientos internos de mercancía.

### Refrigerantes con menor potencial de calentamiento atmosférico

Como se ha mencionado en el apartado de eficiencia energética, estamos sustituyendo progresivamente los refrigerantes de nuestras centrales de frío con mayor potencial de calentamiento global a otros menos contaminantes. Esto permite reducir significativamente el impacto en emisiones de GEI generado cuando se dan fugas de estos gases y adaptarnos a la nueva normativa europea F-gas.

### Sustitución de combustibles

Hemos incorporado en nuestras actividades de transporte de mercancías vehículos con combustibles alternativos como el gas natural licuado y comprimido.

### Uso de energías renovables

Trabajamos también en la instalación de placas fotovoltaicas en los centros cuya cubierta es viable, aunque no es una palanca prioritaria del nuevo modelo energético por la complejidad de su implementación en nuestros establecimientos por las restricciones técnicas que conlleva.

A lo largo de este ejercicio se han instalado 23 plantas, lo que supone disponer ya de 46 plantas en total y de una potencia instalada de 7,2 MW. A lo largo de los próximos años se seguirá avanzando en este tipo de actuaciones, tanto en las tiendas como en las plataformas logísticas.

### Electrificación

En cuanto a la movilidad sostenible, desde el Grupo EROSKI trabajamos para poder dar respuesta a las necesidades de nuestra clientela y personas trabajadoras, además de cumplir con los requerimientos de la normativa europea, con la instalación progresiva de cargadores de vehículo eléctrico en nuestros centros, sedes y gasolineras. En este contexto, en 2024 cerramos un acuerdo marco con Iberdrola para dar respuesta a esta necesidad. Gracias a él, instalaremos alrededor de 1.000 puntos de recarga para vehículos eléctricos, alimentados con energía 100% verde procedente de fuentes renovables con certificado de garantía de origen (GdO), en unos 300 de nuestros emplazamientos.

Por otro lado, la electrificación en las actividades logísticas se circunscribe principalmente a distribución de última milla, para la que incorporamos progresivamente vehículos eléctricos. Así, en 2025 hemos incluido dos nuevos camiones para la distribución desde nuestra plataforma de frescos de Amorebieta (Bizkaia) a algunos supermercados de Bilbao, que se suman a los dos camiones eléctricos ya disponibles desde 2022 en Pamplona y desde 2024 en Bilbao, respectivamente. Además, en FORUM SPORT hemos implantado vehículos 100% eléctricos para las entregas de pedidos online, lo que nos permite reducir las emisiones asociadas a este tipo de comercio y mejorar la eficiencia del reparto. Estos esfuerzos contribuyen a la mejora de la logística urbana, con menor impacto no solo respecto a emisiones de GEI, sino también a contaminación atmosférica y ruido. En ese sentido, cabe mencionar que hemos consensado protocolos de descarga con varios ayuntamientos, incluyendo la validación de autorizaciones.

### Movilidad sostenible de personas trabajadoras

Hemos ampliado el número de días de trabajo en remoto para el personal de las sedes de la organización, como mejora del modelo que ya teníamos instaurado de trabajo híbrido, que permite una combinación de trabajo presencial y a distancia para disminuir el desplazamiento de las personas trabajadoras. Esto contribuye a la reducción del impacto de los viajes *in itinere* en el alcance 3 de la huella de carbono, además de facilitar la conciliación de su vida laboral y personal. También hemos implementado otras medidas como ampliar los aparcamientos de bicicletas y de vehículos eléctricos con puntos de carga y potenciar que se comparta el vehículo.

### Reducción en el uso de recursos y medidas de economía circular

En el apartado [2.4.1.3](#) del capítulo 'NEIS E5 - Uso de los recursos y economía circular' incluimos detalle de distintas actuaciones que contribuyen a reducir el impacto de nuestro alcance 3, como, por ejemplo:

- Ecodiseño de envases y embalajes.
- Prevención del desperdicio alimentario.
- Reducción del consumo de papel.
- Reutilización y reparación de productos que comercializamos.
- Gestión circular de los residuos, potenciando el uso de la logística inversa.

Asimismo, en el apartado [2.3.1.3](#) del capítulo 'NEIS E3 - Recursos hídricos y marinos' describimos actuaciones relativas a la reducción en el consumo de agua en nuestras operaciones.

### Descarbonización de la cadena de suministro

Nuestra huella de carbono depende en gran medida del impacto de los productos que vendemos, tal como se detalla en el apartado [2.2.4.3](#) de este capítulo. Por ello, avanzar en la descarbonización de nuestra cadena de suministro es clave.

Hasta ahora, hemos realizado distintas actuaciones para la mejora de la sostenibilidad de nuestros productos. Por ejemplo, con la incorporación de exigencias concretas para los sistemas de producción o de certificaciones de sostenibilidad externas en los requisitos de compra para algunas de nuestras marcas propias, así como en otros productos de nuestra oferta comercial. Los avances más significativos en esta materia se incluyen en el apartado [2.4.1.3](#) del capítulo 'NEIS E5 - Uso de los recursos y economía circular'.

Adicionalmente, damos apoyo a las empresas productoras locales, en general más pequeñas y con menos medios para una transición hacia productos con menor huella de carbono. Así, les ofrecemos contenidos formativos y la participación en proyectos de innovación para reforzar esos aspectos, entre las que se encuentran, por ejemplo, la medición y reducción de su huella de carbono o la implementación de mejores prácticas disponibles en la producción de los alimentos. En los apartados [3.2.2.2](#) y [3.2.2.4](#) del capítulo 'NEIS S2 - Trabajadores de la cadena de valor' se detalla más información sobre nuestro Programa de Acompañamiento a Proveedores Locales. Entre las actuaciones vinculadas a la mitigación del cambio climático realizadas en el programa en 2025 destacan:

- Proyecto FoodESG del Basque Food Cluster, que ha incluido jornadas y formaciones sobre agua, energía y huella de carbono, entre otros aspectos ASG.
- Jornadas formativas en colaboración con el clúster Nagrifood de Navarra, que ha incluido jornadas de capacitación sobre desperdicio alimentario, ecodiseño de envases y huella de carbono.
- Programa Colectivo para la Alimentación Sostenible, PROALIS, del Clúster Alimentario de Galicia (Clusaga) en colaboración con VEGALSA-EROSKI, que ha desarrollado formaciones sobre desperdicio alimentario, deforestación, cálculo de huella de carbono e hídrica.
- Programa Colectivo de Acción Climática y Descarbonización, PROALIS CARBON, desarrollado por Clusaga y la Xunta de Galicia con VEGALSA-EROSKI como empresa tractora, que está enmarcado dentro de la Alianza Gallega por el Clima y que ha ofrecido contenidos adicionales sobre medición de indicadores ambientales, cálculo de la huella de carbono, evaluación de riesgos climáticos, metodologías de mejora continua y procesos de descarbonización.

Adicionalmente a todo ello, y como parte de nuestro Plan de Descarbonización detallado en el apartado [2.2.2.1](#) de este capítulo, debemos profundizar en estos esfuerzos para conseguir compromisos alineados con la ciencia de nuestra cadena de valor. Por ello, continuamos trabajando en planes concretos de tracción de los proveedores con mayor contribución a nuestra huella.

### Sensibilización y formación de personas trabajadoras y consumidoras

Queremos contribuir a la concienciación de la sociedad sobre el cambio climático, sus impactos y posibles soluciones, así como la urgencia de actuar, mediante iniciativas enfocadas

en la generación de conocimiento y en la movilización y promoción de la acción climática, como, por ejemplo, la participación cada año en la iniciativa La Hora del Planeta, de WWF. Algunas de nuestra acciones en esta materia realizadas a través de la Fundación EROSKI o en colaboración con entidades referentes que se detallan en los apartados [3.3.2.4](#) del capítulo 'NEIS S4 - Consumidores y usuarios finales' y [3.4](#) del capítulo 'Desarrollo del entorno' respectivamente.

Asimismo, creemos que para que las personas consumidoras puedan optar por elecciones de compra más responsables, necesitan de información clara y veraz sobre el impacto de los productos que compran. En ese sentido, mantenemos nuestro compromiso de avanzar hacia un etiquetado ambiental conforme a las exigencias de transparencia de las nuevas normativas europeas. En el apartado [2.4.1.3](#) del capítulo 'NEIS E5 - Uso de los recursos y economía circular' incluimos más información al respecto.

### **Adaptación al cambio climático**

En 2025 hemos continuado avanzado en la integración del cambio climático en los procesos internos de planificación estratégica y toma de decisiones, así como en la incorporación de los riesgos de cambio climático en el análisis de riesgos general de la organización. Este proceso, que culminaremos en 2026, busca favorecer una mayor resiliencia de la empresa frente a los efectos adversos del cambio climático.

En los próximos ejercicios trabajaremos también, en coherencia con nuestra Política de Mitigación y Adaptación al Cambio Climático, en establecer un sistema de gestión ambiental (SGA) para el Grupo EROSKI, que facilite la evaluación, análisis, gestión y reducción de los riesgos medioambientales, así como la mejora en la gestión de recursos y la optimización de inversiones y costos, incorporando las variables climáticas pertinentes.

### **Otras acciones de mejora ambiental**

Relacionado con las actuaciones de eficiencia energética y transporte antes mencionadas, cabe mencionar que también contribuimos con ellas y otras acciones a la minimización de la contaminación lumínica o por ruido, tal y como se detalla a continuación.

### **Contaminación acústica**

Con respecto a la contaminación acústica, aplicamos un protocolo de buenas prácticas para reducirla en las localidades donde hay autorizadas descargas nocturnas. Además, en las zonas de Madrid, Mallorca y Cataluña disponemos, adicionalmente a la flota habitual, de cinco vehículos de gas natural o eléctricos para esa distribución nocturna, que facilitan reducir los niveles de emisión sonora. Adicionalmente, en Zaragoza, hemos incorporado ayudantes en las descargas para facilitarlas y realizarlas de una forma ágil. Además, como ya se ha mencionado, hemos incorporado en ciudades como Pamplona o Bilbao vehículos eléctricos para las entregas de última milla.

Asimismo, para garantizar que el proceso de distribución en horario nocturno sea lo menos contaminante posible y, a su vez, que los niveles de emisión sonora estén por debajo de las restricciones locales, se han implementado una serie de medidas en los centros en diferentes fases. Por un lado, cuidamos para que cada local cuente con los sistemas de cierre, las alarmas sectorizadas y el aislamiento acústico de forma óptima. Igualmente, tomamos en cuenta el

equipamiento necesario como transpaletas silenciosos o salva bordillos. Por último, con el objeto de corregir desviaciones, hemos puesto en marcha procesos de auditoría internos para detectarlas y comprobar el cumplimiento de los protocolos de trabajo establecidos.

### Contaminación lumínica

Con el objetivo de reducir la contaminación lumínica y mejorar la eficiencia energética, tras el cierre de los establecimientos, apagamos los alumbrados existentes alrededor del centro, excepto en los casos que, por problemas de vandalismo, seguridad de las personas o servicios 24 horas, se considera recomendable mantenerlos encendidos (46 centros de 1.490 centros).

### Recursos destinados a la minimización del impacto ambiental

Tal y como se indica en la Nota 23 Información medioambiental de las 'Cuentas anuales consolidadas de Eroski, S. Coop. y sociedades dependientes correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de enero de 2026', durante el ejercicio anual terminado el 31 de enero de 2026 el Grupo EROSKI ha incurrido en gastos destinados a la minimización del impacto medioambiental y a la protección y mejora del medio ambiente por importe de 1.650 miles de euros (1.562 miles de euros al 31 de enero de 2025), siendo las inversiones realizadas al 31 de enero de 2026 de 26.332 miles de euros (24.228 miles de euros al 31 de enero de 2025).

Al 31 de enero de 2026 y 2025 el Grupo no tiene registrada provisión alguna por posibles riesgos medioambientales dado que estima no existen contingencias significativas relacionadas con posibles litigios, indemnizaciones u otros conceptos.

Sí contamos con una póliza de responsabilidad ambiental que tiene un límite agregado anual para todas las coberturas de 10 millones de euros y un límite por siniestro para todas las coberturas de 5 millones de euros.

## 2.2.4. Parámetros y metas

### 2.2.4.1. Metas relacionadas con la mitigación del cambio climático y la adaptación al mismo (EI-4)

Respecto a nuestras metas en relación con el cambio climático, tenemos el objetivo de alcanzar en 2050 la neutralidad en carbono, con una reducción mínima de nuestras emisiones del 90% respecto al año base 2023. Como hito intermedio, tenemos la meta de alcanzar un 42% de reducción de nuestras emisiones a 2030 en los alcances 1, 2 y 3, respecto al año base 2023. Hemos fijado estos objetivos según la metodología de Science Based Targets initiative (SBTi), que garantiza la limitación del calentamiento global a 1,5°C. Con ello, damos respuesta al compromiso de nuestra Política de Mitigación y Adaptación al Cambio Climático de definir objetivos de reducción de las emisiones alineados con el Acuerdo de París, que y adaptaremos a las futuras actualizaciones basadas en la ciencia.

Adicionalmente, hemos alcanzado el objetivo de conseguir la tercera estrella Lean&Green por superar un 35% de reducción de las emisiones de GEI en nuestra actividad logística respecto a 2015. Este nuevo reconocimiento ha sido obtenido en 2025 tras verificar externamente la huella

de carbono de 2024. Esta iniciativa promovida por AECOC en España cuenta con presencia en 17 países y con más de 600 empresas adheridas, siendo una comunidad líder en logística sostenible.

En el Grupo EROSKI no hemos definido metas públicas cuantificables adicionales relacionadas con los IRO derivados del cambio climático. No obstante, tal y como se indica en el apartado [1.1.3.1](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general', nuestros nuevos Compromisos Contigo a 2030 incorporan planes y metas vinculadas —en particular en el Compromiso 5: Mejorar la sostenibilidad ambiental— cuyo despliegue iniciaremos a partir de 2026.

Durante el ejercicio 2025, desde el Comité de Sostenibilidad hemos liderado un proceso interno orientado a definir los 20 objetivos estratégicos ESG del Grupo EROSKI, así como sus correspondientes indicadores de seguimiento. Este conjunto de objetivos ha sido aprobado por el Consejo Rector, reforzando nuestra hoja de ruta en materia de sostenibilidad para los próximos años.

Mientras tanto, en el Grupo EROSKI realizamos el seguimiento de la eficacia de nuestras políticas y actuaciones relacionadas con los impactos, riesgos y oportunidades en sostenibilidad mediante los indicadores y parámetros cualitativos y cuantitativos divulgados a lo largo del informe. Este seguimiento se lleva a cabo en los términos de nuestro modelo de gobierno de información de sostenibilidad (apartado [1.1.2.2](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general').

#### 2.2.4.2. Consumo y combinación energéticos (E1-5)

En el Grupo EROSKI consumimos energía procedente de diferentes fuentes en varias operaciones de nuestra actividad. Así, por un lado, consumimos gas natural, propano y gasóleo para calefacción, restauración y grupos electrógenos. Por otro lado, usamos electricidad para el funcionamiento de nuestras instalaciones.

El desglose de las fuentes de energía correspondientes a la electricidad que proviene de la comercializadora eléctrica según su *mix* de generación se ha realizado a partir de los datos publicados en la Comisión Nacional del Mercado de Valores ([CNMC](#)) relativos al 2024, ya que los datos del 2025 no estaban publicados en el momento de preparación de este informe.

El dato de consumo total de energía de las actividades principales del Grupo EROSKI es un dato real obtenido de los datos de facturación. Los factores de conversión utilizados para el cálculo en kWh y gigajulios de los litros y kilos de combustibles utilizados se han actualizado en 2025 y son los siguientes:

- Conversión de kilovatio hora a megajulio: 1 kWh = 3,6 MJ. Factores de emisión del registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido de carbono, MITECO 2025.
- Conversión de unidades de actividad de gasóleo y propano (kilogramos o litros) a kWh:
- Densidad del gasóleo: 900 kg/m<sup>3</sup>. Real Decreto 61/2006, de 31 de enero, por el que se determinan las especificaciones de gasolinas, gasóleos, fuelóleos y gases licuados del petróleo y se regula el uso de determinados biocarburantes.

- Poder Calorífico Inferior combustibles: 43 KJ/kg para el gasóleo y 43,7 KJ/kg para el propano. Inventario Nacional de Emisiones edición 2025. Anexo V. AV.4. Factores de emisión de CO<sub>2</sub> y PCI de los combustibles.

La aplicación de estos factores resultan en una conversión de 13,14 kWh/kg para el propano (12,86 en 2024) y 10,75 kWh/l para el gasóleo (9,99 en 2024).

Tabla 32. Consumo y mix de energía de actividades propias (MWh)

	2025	2024	% 2025/2024
<b>Fuentes fósiles</b>			
Consumo de combustible procedente del carbón y de sus derivados	-	-	-
Consumo de combustible procedente del petróleo crudo y de productos petrolíferos (propano, gasóleo B, gasóleo C)	1.974	2.819	-29,96%
Consumo de combustible procedente del gas natural	4.137	4.042	2,34%
Consumo de combustible procedente de otras fuentes fósiles	-	-	-
Consumo de electricidad, calor, vapor y refrigeración comprados o adquiridos procedentes de fuentes fósiles	95.313	90.168	5,71%
Consumo total de energía procedente de fuentes fósiles	101.424	97.029	4,53%
Proporción de fuentes fósiles en el consumo total de energía	24,07%	23,27%	0,80%
<b>Fuentes nucleares</b>			
Consumo de energía procedente de fuentes nucleares	86.314	81.192	6,31%
Proporción de fuentes nucleares en el consumo total de energía	20,48%	19,47%	1,01%
<b>Fuentes renovables</b>			
Consumo de combustible por fuente renovable, como la biomasa (que incluye también los residuos industriales y municipales de origen biológico, el biogás, el hidrógeno renovable, etc.)	-	-	-
Consumo de electricidad, calor, vapor y refrigeración comprados o adquiridos procedentes de fuentes renovables	197.121	206.856	-4,71%
Consumo de energía renovable autogenerada que no se utilice como combustible	5.487	2.188	150,80%
Consumo total de energía procedente de fuentes renovables	202.608	209.043	-3,08%
Proporción de fuentes renovables en el consumo total de energía	48,08%	50,12%	-2,05%
<b>Otras fuentes no renovables</b>			
Consumo de energía de otras fuentes no renovables (cogeneración alta eficiencia...)	31.089	29.784	4,38%
Proporción de otras fuentes no renovables en el consumo total de energía	7,38%	7,14%	0,24%
<b>Consumo total de energía</b>	<b>421.435</b>	<b>417.048</b>	<b>1,05%</b>

La reducción del consumo de combustible procedente del petróleo crudo y de productos petrolíferos en 2025 se debe a un uso puntual en 2024 de grupos electrógenos en algunos centros que sufrieron falta de suministro eléctrico.

Por otro lado, reportamos la información relativa a la intensidad energética, en tanto que en el Grupo EROSKI desarrollamos nuestras actividades principales dentro de la clasificación CNAE 'G - Comercio al por mayor y al por menor'. Se ha calculado la ratio a partir del consumo total de energía en operaciones propias y el dato de Ingresos ordinarios por ventas, tal y como se indica en los Estados Financieros Consolidados de las 'Cuentas anuales consolidadas de Eroski, S. Coop. y sociedades dependientes correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de enero de 2026'. (5.486.925 miles de euros en 2025 y 5.335.007 miles de euros en 2024).

Tabla 33. Intensidad energética (MWh/miles de euros)

	2025	2024	%2025/2024
Intensidad energética	0,077	0,078	-1,28%

### 2.2.4.3. Emisiones de GEI brutas de alcance 1, 2 y 3 y emisiones de GEI totales (E1-6)

El cálculo de huella de carbono se realiza bajo el marco de referencia The Greenhouse Gas Protocol, a Corporate Accounting and Reporting Standard (GHG Protocol), desarrollado por el World Business Council for Sustainable Development. Para el cálculo de las emisiones del alcance 3 se sigue la metodología establecida en The Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting & Reporting Standard publicado en el año 2011 por el World Resources Institute (WRI) y el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). Dicho estándar clasifica las emisiones del alcance 3 en 15 categorías, permitiendo determinar la relevancia de cada una de ellas en el cálculo.

Respecto al límite organizacional considerado en nuestra huella de carbono, como se indica en el apartado [1.1.1](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general', las sociedades para las que se reportan datos en este Informe de Sostenibilidad son aquellas incluidas en el Anexo I con integración global de las 'Cuentas anuales consolidadas de Eroski, S. Coop. y sociedades dependientes correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de enero de 2026'. En el año 2025 no se han producido cambios significativos en la definición de lo que constituye el Grupo EROSKI y las fases anteriores y posteriores de nuestra cadena de valor que hayan provocado un efecto en la comparabilidad de las emisiones de GEI actuales con respecto a las del año 2024 o el año base 2023.

Respecto al criterio de consolidación de las emisiones, hemos aplicado el enfoque de control operacional, que determina que 'la organización que posee el control de una operación ya sea de manera directa o a través de una de sus subsidiarias, deberá contabilizar como propio el 100% de las emisiones de la operación'. Es decir, estamos considerando las emisiones totales de las sociedades antes mencionadas en su conjunto, independientemente del porcentaje de participación en ellas. Por tanto, según este criterio, se reportan los siguientes alcances:

- **Alcance 1:** emisiones directas de GEI que están controladas por el Grupo EROSKI.
- **Alcance 2:** emisiones indirectas de GEI asociadas al consumo de electricidad de las propias instalaciones o servicios.
- **Alcance 3:** emisiones indirectas de GEI que son consecuencia de las actividades de la organización, pero que se generan en fuentes propiedad o bajo control de otra organización. Por ejemplo, franquicias, fabricación de productos comercializados,

transporte marítimo, servicios a domicilio y otras actividades indirectas, según lo establece el The Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard.

### Emisiones de GEI consideradas en la huella de carbono y fuentes de origen

Se incluye la cuantificación de las emisiones directas de GEI para CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O y HFCs, agrupadas en toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente. Debido a sus sectores de actividad, se han excluido del cálculo las emisiones de PFCs, SF<sub>6</sub> y NF<sub>3</sub>, por considerarse no relevantes para el sector. A continuación, se describen los alcances y categorías considerados en la huella de carbono.

Tabla 34. Emisiones de GEI consideradas en la huella de carbono y fuentes de origen

Alcance	Descripción de la categoría y metodología de cálculo
<b>Alcance 1</b>	
Combustión fija	Incluye emisiones asociadas al consumo de gas natural y propano en calderas y al consumo del diésel en grupos electrógenos. Los datos de actividad provienen de facturas. En los centros en los que no se dispone de las últimas facturas, se estima con base en el consumo del año anterior para ese mes.
Combustión móvil	El Grupo EROSKI no posee una flota propia de vehículos. Las emisiones derivadas del alquiler de vehículos se incluyen en la categoría 8 del alcance 3. Los datos de actividad provienen de facturas. En los centros en los que no se dispone de las últimas facturas, se estima con base en el consumo del año anterior para ese mes.
Emisiones fugitivas	Incluye emisiones asociadas a las recargas de los equipos de refrigeración de las instalaciones del Grupo EROSKI. Se excluyen las emisiones fugitivas derivadas del mantenimiento de los extintores, al considerarse no relevantes. Los datos de actividad provienen de facturas.
<b>Alcance 2</b>	
Consumo de electricidad	Incluye emisiones asociadas a los consumos de energía eléctrica de las instalaciones del Grupo EROSKI. Los datos de actividad provienen de facturas. En los centros en los que no se dispone de las últimas facturas, se estima con base en el consumo del año anterior para ese mes.
<b>Alcance 3</b>	
1. Bienes y servicios comprados	Incluye emisiones derivadas del consumo de agua, compra de productos (incluyendo productos y combustibles de venta del Grupo EROSKI) y demás bienes y servicios (se excluyen los considerados en otras categorías). Las emisiones se calculan a partir de los kg de productos comprados para las áreas de alimentación y frescos, las unidades compradas para el área de no alimentación y FORUM SPORT, y el importe económico de los servicios contratados.
2. Bienes de capital	Incluye emisiones asociadas a la compra de bienes de capital como edificios y obras de construcción, elementos de transporte, equipos electrónicos e informáticos, instalaciones, maquinaria, mobiliario y utillaje. Las emisiones se calculan a partir del importe económico de esas compras.

Alcance	Descripción de la categoría y metodología de cálculo
3. Actividades relacionadas con combustibles y con la energía (no incluidas en los alcances 1 o 2)	Incluye emisiones aguas arriba de la electricidad consumida, asociadas de la extracción, producción y transporte de combustibles y electricidad consumida, así como las emisiones de las pérdidas de transmisión y distribución. Se calculan a partir de los datos de consumo energético del alcance 1 y 2.
4. Transporte y distribución en fases anteriores	Incluye emisiones asociadas al transporte y distribución de productos comprados por el Grupo EROSKI entre proveedores y la organización, así como el resto de los transportes entre las instalaciones de la compañía y hasta los clientes, cuando los portes son asumidos por el Grupo EROSKI y los vehículos no son de su propiedad. Las emisiones logísticas asociadas al transporte por carretera se calculan a partir de los litros de combustible consumido. En caso de no estar disponible ese dato, se hace con base al importe económico del servicio de transporte. Las emisiones del transporte marítimo son proporcionadas directamente la empresa proveedora.
5. Residuos generados en las operaciones	Incluye emisiones asociadas al tratamiento de los residuos generados por la actividad del Grupo EROSKI. Las emisiones se calculan a partir de los datos de kg de residuos generados que se reportan en el apartado <a href="#">2.4.2.3</a> del capítulo 'NEIS E5 – Uso de los recursos y economía circular'.
6. Viajes de negocios	Incluye emisiones asociadas a los desplazamientos del personal vinculados a la actividad de la organización, en vehículos que no son propiedad ni están bajo el control del Grupo EROSKI. Las emisiones se calculan a partir de los km estimados para los desplazamientos en tren y avión, del coste para los realizados en barco y vehículos de alquiler.
7. Desplazamientos <i>in itinere</i>	Incluye emisiones asociadas a los desplazamientos <i>in itinere</i> de la plantilla: desde su hogar hasta los centros de trabajo. Las emisiones se calculan a partir de los resultados de la encuesta de movilidad realizada en País Vasco.
8. Activos arrendados en fases anteriores	Incluye emisiones de alcance 1 y 2 derivadas de los activos que han sido arrendados por el Grupo EROSKI (arrendatario) siendo propiedad de la empresa arrendadora. Las emisiones se estiman con base a los m <sup>2</sup> de esos activos.
9. Transporte y distribución	Incluye emisiones derivadas del transporte y la distribución aguas abajo de productos cuando los costos de envío no son cubiertos por el Grupo EROSKI. Se incluyen las emisiones derivadas del servicio a domicilio, así como las asociadas con la conservación de los productos en el canal HORECA. Estas últimas emisiones se incluyen con el fin de alinear el inventario de GEI del Grupo EROSKI a la metodología de SBTi, que indica que las emisiones derivadas de la refrigeración o calefacción de productos en el comercio minorista, hoteles, restaurantes, farmacias u hospitales debe incluirse dentro de esta categoría. Las emisiones se calculan con base al importe económico de esos servicios.
10. Transformación de los productos vendidos	El Grupo EROSKI no realiza ningún tipo de procesamiento de los productos que comercializa, sino que se limita a la compra y venta de productos terminados, por lo que la actividad de la empresa no genera emisiones en esta categoría.
11. Utilización de los productos vendidos	Incluye emisiones derivadas del uso de bienes y servicios vendidos por el Grupo EROSKI. Las emisiones se estiman con base al uso de los productos vendidos que requieren consumo directo de energía. En concreto, electrodomésticos, carbón, leña, combustibles (diésel y gasolina) y aditivos ( <i>adblue</i> ). Las emisiones se calculan con base en los datos de los productos servidos a tienda.

Alcance	Descripción de la categoría y metodología de cálculo
12. Tratamiento al final de la vida útil de los productos vendidos	Incluye emisiones derivadas de la disposición y tratamiento de los productos vendidos por el Grupo EROSKI al final de su vida útil. Se incluyen las emisiones derivadas de los residuos de embalajes de envasado en el punto de venta y de los envases domésticos de los productos comercializados. Además de las emisiones derivadas de los productos textiles y electrónicos vendidos y las relativas al desperdicio alimentario producido en los hogares por los alimentos comercializados por el Grupo EROSKI. Las emisiones se calculan con base a los datos de envases y productos incluidos en el apartado <a href="#">2.4.2.2</a> del capítulo 'NEIS E5 – Uso de los recursos y economía circular'.
13. Activos arrendados en fases posteriores	Incluye emisiones de GEI, de alcance 1 y 2, ocasionadas por la operación de los activos que son propiedad del Grupo EROSKI (arrendador) pero que están arrendados. Las emisiones se estiman con base a los m <sup>2</sup> de esos activos.
14. Franquicias	Incluye emisiones de Alcance 1 y 2 derivadas de las franquicias del Grupo EROSKI. Las emisiones se estiman con base a los m <sup>2</sup> de las franquicias y los promedios de consumo de combustibles y energía y las emisiones fugitivas de los establecimientos propios.
15. Inversiones	Las principales inversiones del Grupo EROSKI están destinadas a la compra de bienes y productos, los cuales se recogen en la categoría 3.2 (Bienes de capital). Dado que el Grupo EROSKI no es una empresa financiera ni realiza inversiones de capital, esta categoría no es relevante según su actividad comercial.

Asimismo, los factores de emisión utilizados para el cálculo se incluyen en la siguiente tabla:

Tabla 35. Factores de emisión utilizados

Fuente del factor de emisión	Alcance y categoría
Registro huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido de carbono. Calculadora de huella de carbono para organizaciones 2007-2024 (v.31) MITECO.	Alcance 1: gas natural, propano, diésel. Alcance 2: electricidad adquirida. Alcance 3: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3.4. Transporte y distribución aguas arriba: diésel B7 y gas natural comprimido (GNC).</li> <li>• 3.8. Activos alquilados aguas arriba: activos arrendados.</li> <li>• 3.9. Transporte y distribución aguas abajo: servicio a domicilio.</li> <li>• 3.11. Uso de productos vendidos: electrodomésticos.</li> <li>• 3.13. Activos alquilados aguas abajo: activos arrendados</li> <li>• 3.14. Franquicias.</li> </ul>
IPCC Sixth Assessment Report. 100-year GWP values con cálculos propios para mezclas.	Alcance 1: refrigerantes

Fuente del factor de emisión	Alcance y categoría
Oficina Catalana del Canvi Climàtic (OCCC)   Calculadora de GEH pel càlcul 2024, versió 2025 (28/05/2025).	Alcance 3: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3.1. Compra de bienes y servicios: agua.</li> <li>• 3.5. Residuos generados</li> <li>• 3.11. Uso de productos vendidos: carbón vegetal, leña y briquetas.</li> <li>• 3.12. Fin de vida de los productos vendidos: desperdicio alimentario.</li> </ul>
Ecoinvent 3.11 (Simapro).	Alcance 3: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3.1. Compra de bienes y servicios: productos.</li> <li>• 3.5. Residuos generados</li> <li>• 3.12. Fin de vida de los productos vendidos: envasado en tienda; envasado proveedores, textil y electrodomésticos.</li> </ul>
DEFRA Input-Output 2025.	Alcance 3: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3.1. Compra de bienes y servicios: servicios.</li> <li>• 3.2. Bienes de capital.</li> <li>• 3.9. Transporte y distribución aguas abajo: distribución negocio <i>cash and carry</i>.</li> </ul>
DEFRA 2025 (10/06/2025). UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting.	Alcance 3: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3.3. Combustible y actividades relacionadas con la energía: gas natural, propano y diésel.</li> <li>• 3.4. Transporte y distribución aguas arriba: diésel B7 del pozo al tanque y GNC del pozo al tanque.</li> <li>• 3.6. Viajes de trabajo: coche, avión y tren.</li> <li>• 3.7. Viajes de los empleados: diésel, gasolina, híbridos, eléctricos, autobús y tren.</li> <li>• 3.8. Activos alquilados aguas arriba: renting de vehículos.</li> <li>• 3.9. Transporte y distribución aguas abajo: servicio a domicilio.</li> <li>• 3.11. Uso de productos vendidos: gasóleo y gasolina, carbón vegetal, leña y briquetas.</li> </ul>
IEA (2025), Emission Factors (WTT Generation; (T&D + WTT T&D). Valor para España 2025.	Alcance 3: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3.3. Combustible y actividades relacionadas con la energía: electricidad adquirida.</li> </ul>
Cálculos propios basados en el mix eléctrico nacional (publicado por MITECO 2025) y una potencia promedio de 1,46 kW/100km.	Alcance 3: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3.7. Viajes de los empleados: patinete eléctrico.</li> </ul>

A continuación, se muestran los datos de nuestra huella de carbono de organización consolidada para todo el Grupo EROSKI:

Tabla 36. Emisiones GEI por fuente (t CO<sub>2</sub> eq.)

	Retrospectiva				Hitos y años objetivo	
	Año base 2023	2025	2024	% 2025 / 2023	2030	2050
<b>Alcance 1</b>						
Emisiones de GEI brutas	61.398	52.690	60.567	-14,18%	35.611	6.140
Emisiones de GEI brutas procedentes de regímenes regulados de comercio de derechos de emisión (%)	-	-	-	-	-	-
<b>Alcance 2</b>						
Basado en la ubicación	114.809	116.004	106.080	1,04%	66.589	11.481
Basado en el mercado	111.149	112.514	98.142	1,23%	64.466	11.115
<b>Alcance 3</b>						
1. Bienes y servicios comprados	6.056.325	3.756.479	5.023.036	-37,97%	3.512.669	605.633
2. Bienes de capital	33.656	66.798	39.049	98,47%	19.520	3.366
3. Actividades relacionadas con combustibles y con la energía (no incluidas en los alcances 1 o 2) basadas en la ubicación	20.710	16.976	20.131	-18,03%	12.012	2.071
3. Actividades relacionadas con combustibles y con la energía (no incluidas en los alcances 1 o 2) basadas en el mercado	20.686	16.956	20.108	-18,03%	11.998	2.069
4. Transporte y distribución en fases anteriores	323.119	237.935	292.207	-26,36%	187.409	32.312
5. Residuos generados en las operaciones	4.358	10.977	8.259	151,88%	2.528	436
6. Viajes de negocios	1.479	1.432	1.346	-3,18%	858	148
7. Desplazamiento <i>in itinere</i>	105.965	132.229	95.988	24,79%	61.460	10.597
8. Activos arrendados en fases anteriores	7.399	1.249	3.051	-83,12%	4.291	740
9. Transporte y distribución	21.432	36.706	29.139	71,27%	12.431	2.143
10. Transformación de los productos vendidos	-	-	-	-	-	-
11. Utilización de los productos vendidos	1.401.392	1.385.633	1.726.653	-1,12%	812.805	140.139
12. Tratamiento al final de la vida útil de los productos vendidos	77.423	145.040	106.264	87,33%	44.905	7.742
13. Activos arrendados en fases posteriores	65.647	47.537	49.895	-27,59%	38.075	6.565
14. Franquicias	40.820	48.833	43.871	19,14%	23.675	4.082
15. Inversiones	-	-	-	-	-	-

	Retrospectiva				Hitos y años objetivo	
	Año base 2023	2025	2024	% 2025 / 2023	2030	2050
Alcance 3 total basado en la ubicación	8.159.725	5.887.624	7.438.889	-27,85%	4.732.641	7.343.753
Alcance 3 total basado en el mercado	8.159.701	5.887.604	7.438.866	-27,85%	4.732.627	7.343.731
<b>Emisiones de GEI totales</b>						
Basadas en la ubicación	8.335.931	6.056.318	7.606.538	-27,35%	4.834.840	833.593
Basadas en el mercado	8.332.248	6.052.808	7.597.577	-27,36%	4.832.704	833.225

Para el cálculo de las emisiones biogénicas derivadas del consumo de los combustibles, hemos empleado la cantidad total de combustible (diésel y gasolina) vendido por el Grupo EROSKI, en litros. Cabe mencionar que el crecimiento significativo de emisiones biogénicas en 2025 se debe a un aumento de la promoción comercial en la sección de 'Jardín y playa', con un incremento significativo de la venta de briquetas, carbón, pellets y leña para barbacoas.

Tabla 37. Emisiones biogénicas (fuera del alcance 3 de nuestra huella de carbono) (t CO<sub>2</sub> eq.)

	2025	2024	%2025/2024
Emisiones derivadas de la combustión de diésel y gasolina	14.836	17.776	-16,54%
Emisiones derivadas de la combustión de leña y briquetas	3.281	1.569	109,15%
<b>Total</b>	<b>18.117</b>	<b>19.345</b>	<b>-6,35%</b>

En cuanto a intensidad de emisiones, se ha calculado la ratio a partir de las emisiones totales de GEI y el dato de ingresos ordinarios por ventas, tal y como se indica en los Estados Financieros Consolidados de las 'Cuentas anuales consolidadas de Eroski, S. Coop. y sociedades dependientes correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de enero de 2026' (5.486.925 miles de euros en 2025 y 5.335.007 miles de euros en 2024).

Tabla 38. Intensidad de GEI por ingresos (t CO<sub>2</sub> eq./miles de euros)

	2025	2024	%2024/2023
Emisiones de GEI totales (basadas en la ubicación) por ingresos netos	1,10	1,43	-22,75%
Emisiones de GEI totales (basadas en el mercado) por ingresos netos	1,10	1,42	-22,71%

#### 2.2.4.4. Absorciones de GEI y proyectos de mitigación de GEI financiados mediante créditos de carbono (E1-7)

Tenemos el objetivo de convertirnos en una empresa neutra en carbono en 2050. Para ello, tal como se detalla en el apartado [2.2.2.1](#) del presente capítulo, trabajamos para la disminución progresiva de nuestra huella de carbono según los objetivos intermedios que se han definido según la metodología de SBTi. Esto supone que cuando alcancemos el 90% de reducción de nuestras emisiones, deberemos neutralizar las restantes mediante la absorción de GEI en nuestras propias operaciones y en nuestra cadena de valor, o mediante otra tecnología

disponible que exista y permita dicha neutralización. Actualmente estamos explorando distintos proyectos de absorción colaborativos con otras empresas de la Corporación MONDRAGON o el sector, que nos faciliten en el largo plazo el cumplimiento de nuestro objetivo de neutralidad en 2050. Por el momento no disponemos de una hoja de ruta más concreta en ese aspecto.

#### **2.2.4.5. Sistema de fijación del precio interno del carbono (E1-8)**

En el Grupo EROSKI no aplicamos actualmente sistemas de fijación del precio interno del carbono. Estamos explorando opciones de sistemas de fijación del precio interno del carbono colaborativos con otras empresas de la Corporación MONDRAGON, que nos faciliten el avance en el cumplimiento de nuestros objetivos de reducción de emisiones intermedios y de neutralidad a 2050, pero actualmente no se dispone de una hoja de ruta concreta al respecto

## 2.3. NEIS E3 – Recursos hídricos y marinos

### 2.3.1. Gestión de impactos, riesgos y oportunidades

#### 2.3.1.1. Descripción de los procesos para determinar y evaluar los impactos, los riesgos y las oportunidades materiales relacionados con los recursos hídricos y marinos (NEIS 2 IRO-1)

En el Grupo EROSKI empleamos un proceso sistemático para identificar y evaluar los impactos, riesgos y oportunidades (IRO) asociados con los recursos hídricos y entornos marinos. Este proceso está descrito en el apartado [1.1.4.1](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general'. Dentro de este proceso de análisis de la doble materialidad, en el que se incluye la identificación y evaluación de IRO, se ha involucrado a los grupos de interés afectados mediante consultas, tal como se ha descrito también en el mismo apartado.

Aquellos IRO considerados como materiales se detallan en el apartado [1.1.3.3](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general'. Asimismo, en ese mismo capítulo, el apartado [1.1.2.5](#) incluye un resumen de otros riesgos generales de la organización por cambios regulatorios o de mercado que pueden afectar también a aspectos relacionados con los recursos hídricos y marinos.

En el Grupo EROSKI hemos evaluado nuestras operaciones para identificar cómo nuestras actividades impactan en los recursos hídricos, especialmente en zonas de tensión y riesgo hídrico. En lo relativo a las operaciones propias, hemos categorizado los centros con su nivel de riesgo y tensión hídrica a través de la plataforma Aqueduct del World Resources Institute (WRI).

A continuación, se presenta la distribución geográfica de nuestros centros en zonas de elevada y muy elevada tensión hídrica, y en zonas de medio-elevado y elevado riesgo hídrico, tanto de sequía como de inundación fluvial y costera. Tenemos 354 centros en zonas de muy elevada o elevada tensión hídrica, de los que más del 68% se concentran en Baleares y Cataluña. Además, 410 centros están situados en zonas de riesgo elevado o medio-elevado de inundación fluvial, que en un 83% pertenecen a Galicia y País Vasco, y 197 centros están en zonas de riesgo medio-elevado de sequía, el 62% en Baleares. Tan solo dos centros se encuentran en zonas de riesgo medio-elevado de inundación costera.

Tabla 39. Distribución geográfica de centros en zonas de elevada y muy elevada tensión hídrica, y en zonas de medio-elevado y elevado riesgo hídrico (n.º de establecimientos)

	Tensión hídrica			Riesgos hídricos				Total
				Inundación fluvial		Inundación costera	Sequía	
	Muy Elevada	Elevada	Total	Elevada	Media-elevada	Media-elevada	Media-elevada	
Andalucía	5	-	5	-	-	-	5	5
Aragón	4	8	12	-	21	-	31	52
Asturias	-	-	-	3	11	-	-	14
Cantabria	-	-	-	-	15	-	-	15
Castilla y León	16	10	26	-	15	-	23	38
Castilla-La Mancha	2	-	2	-	-	-	2	2
Cataluña	98	24	122	3	3	2	2	10
Comunidad Valenciana	1	-	1	-	-	-	1	1
Galicia	-	1	1	-	120	-	-	120
Islas Baleares	122	-	122	-	-	-	122	122
La Rioja	-	17	17	-	-	-	1	1
Madrid	3	-	3	-	-	-	3	3
Murcia	1	-	1	-	1	-	1	2
Navarra	-	11	11	-	-	-	6	6
País Vasco	-	31	31	-	218	-	-	218
<b>Total</b>	<b>252</b>	<b>102</b>	<b>354</b>	<b>6</b>	<b>404</b>	<b>2</b>	<b>197</b>	<b>609</b>

### 2.3.1.2. Políticas relacionadas con los recursos hídricos y marinos (E3-1)

Los valores y principios de nuestra cultura corporativa se materializan en un conjunto de prácticas y políticas que fomentan un entorno de responsabilidad y cumplimiento normativo en todo el Grupo EROSKI. En el apartado [1.1.4.3](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general', se puede consultar el abanico de políticas existentes en el Grupo EROSKI, así como una descripción de su ámbito de aplicación, su procedimiento de aprobación y seguimiento por los órganos de gobierno de la organización y los mecanismos de divulgación a los grupos de interés. En el presente capítulo incluimos una descripción del contenido fundamental de nuestra Política de Gestión de los Recursos Hídricos y Marinos y nuestra Política de Pesca y Acuicultura Sostenibles. Estas políticas se alinean con los Objetivos de Desarrollo Sostenible relativos a agua limpia y saneamiento (ODS 6), producción y consumo responsables (ODS 12) y vida submarina (ODS 14).

#### Política de Gestión de los Recursos Hídricos y Marinos

La Política de Gestión de los Recursos Hídricos y Marinos del Grupo EROSKI incluye compromisos de actuación para las siguientes cuestiones:

- **El uso y el abastecimiento de recursos hídricos en nuestras propias operaciones:** nos comprometemos a avanzar en una gestión más responsable y eficiente de los recursos

hídricos, que incluye realizar seguimiento de los consumos para detectar fugas o usos indebidos, facilitar la gestión de incidencias relacionadas con el uso del agua mediante el sistema de información interno, y avanzar en la promoción del conocimiento y la capacitación de nuestras personas trabajadoras sobre un consumo responsable de agua.

- **La prevención y la reducción de la contaminación del agua resultante de nuestras actividades:** además de cumplir con la legislación vigente en materia de agua, nos comprometemos a cumplir con un procedimiento específico de vigilancia y control ambiental de las actividades propias en gasolineras para prevenir y reducir posibles afectaciones a la calidad del agua. Además, acompañamos a las empresas proveedoras de nuestra cadena de valor para hacer un uso responsable de fertilizantes y fitosanitarios que potencialmente puedan generar una contaminación del medio natural.
- **El diseño de productos y servicios con vistas a abordar los problemas relacionados con el agua y la conservación y uso sostenible de los recursos marinos:** disponemos de una Política de Pesca y Acuicultura Sostenibles que concreta los criterios de actuación en relación con los productos del mar y de pesca de crianza que comercializamos en nuestras tiendas. Además, cumplimos la legislación vigente para prevenir la contaminación del medio natural por micro plásticos a causa del uso de nuestros productos.
- **La gestión del consumo de agua de importancia relativa en las zonas en riesgo hídrico en nuestras propias operaciones y a lo largo de las fases anteriores y posteriores de la cadena de valor:** nos comprometemos a analizar periódicamente el consumo de agua de cada uno de los centros con base al nivel de tensión y riesgo hídrico según un procedimiento específico definido. Asimismo, traccionamos a nuestra cadena de valor para hacer más eficiente su consumo de agua, especialmente a los agricultores y ganaderos más pequeños, además de sensibilizar a las personas consumidoras.

El Departamento de Sostenibilidad supervisa la implantación y el cumplimiento de esta Política en colaboración con aquellos departamentos involucrados en la consecución de los objetivos y metas fijadas y reporta al Comité de Sostenibilidad. Este reporta al Consejo de Dirección sobre la ejecución de dichos objetivos y sus posibles desviaciones, sugiere las mejoras en la materia que estime conveniente, y traslada la propuesta de revisión anual de los objetivos relacionados con la gestión del agua en el marco de aprobación del Plan de Gestión.

### **Política de Pesca y Acuicultura Sostenibles**

En coherencia con nuestra naturaleza de organización de consumidores y de empresa de distribución socialmente responsable, estamos comprometidos con la comercialización de productos pesqueros y de acuicultura sostenibles. Por eso, contamos con una Política de Pesca y Acuicultura Sostenibles que busca garantizar un aprovechamiento racional de los recursos marinos, que permita la conservación de mares y océanos, y la protección de su biodiversidad. Así, los criterios aplicados en el diseño y la selección de los productos del mar (pescado y marisco, fresco y congelado, y conservas de pescado), y de los productos de pesca de crianza (acuicultura) que comercializamos con alguna de las marcas propias del Grupo EROSKI dimanan de los principios recogidos en esa Política, que se detallan a continuación:

- Velar por la sostenibilidad de la oferta comercial.

- No comercializar productos procedentes de pesca ilegal.
- Respetar las tallas mínimas.
- Fomentar las artes de pesca sostenibles.
- Fomentar los productos sostenibles y certificados.
- Potenciar los proveedores locales.
- Reducir el impacto ambiental de la actividad de distribución comercial de la pesca.
- Ser transparente en el etiquetado y comunicación con los consumidores.
- Colaborar con los grupos de interés del sector pesquero.
- Ser activo en la formación e información de los consumidores.

El órgano de administración es el responsable de impulsar y garantizar el cumplimiento de esta política, a través de su integración como marco de trabajo para los equipos del Área Comercial, responsables de los productos afectados, y de otros equipos con una implicación menor pero relevante, como Logística, Transporte, y Punto de Venta, en lo relativo a los criterios de trazabilidad y comunicación que apliquen.

Esta política debe considerarse como complementaria a la Política de Bienestar Animal, detallada en el apartado [4.1.2.2](#) del capítulo 'NEIS G1 – Conducta empresarial', en lo que corresponde al pescado de crianza (acuicultura).

### **2.3.1.3. Actuaciones y recursos relacionados con los recursos hídricos y marinos (E3-2)**

Las actuaciones del Grupo EROSKI relacionadas con los recursos hídricos y marinos buscan el cumplimiento de los principios y compromisos adquiridos en nuestras políticas antes descritas y contribuyen a la prevención y gestión de las incidencias y riesgos identificados para este tema.

#### **Reducción del uso de recursos hídricos mediante medidas de eficiencia**

##### **Operaciones propias**

La actividad propia del Grupo EROSKI no conlleva un consumo intensivo de agua, ya que este se circunscribe, principalmente, al hielo utilizado para la conservación de los productos frescos comercializados en los mostradores de pesca, a las operaciones de limpieza y a los servicios de saneamiento e higiene para las personas trabajadoras y clientela. Por ello, las actuaciones de eficiencia llevadas a cabo son de carácter voluntario y enfocadas a evitar incidencias en el consumo por fugas o usos indebidos y a la optimización de nuestras propias operaciones.

Así, realizamos periódicamente un seguimiento de los consumos de agua en nuestros centros y aplicamos las medidas de corrección necesarias en caso de detectar una desviación respecto a los valores del año anterior. El procedimiento de medición del consumo de agua se detalla en el apartado [2.3.2.1](#) del presente capítulo. Adicionalmente, los centros disponen de un servicio de gestión de incidencias para dar aviso de cualquier anomalía detectada y que se puedan establecer las actuaciones necesarias para su resolución.

Tal como se presenta en el apartado [2.3.2.2](#) del presente capítulo, el volumen total consumido en la organización en 2025 no ha variado prácticamente respecto a 2024, con únicamente un ligero aumento del 0,89% respecto al año anterior.

### Cadena de valor

Gran parte de los productos que comercializamos, entre ellos los alimentos, requieren en muchas ocasiones de un consumo de agua significativo en sus distintas fases de producción. Por ello, traccionamos a nuestros proveedores para mejorar la eficiencia de sus procesos. Ejemplo de ello es la exigencia de certificaciones como GlobalG.A.P. o Producción Integrada en los productos de fruta y hortaliza de nuestra marca de productos frescos EROSKI Natur, o las acciones de diagnóstico y formativas llevadas a cabo en el marco del Programa de Acompañamiento a Proveedores Locales, que se detalla en el apartado [3.2.2.2](#) del capítulo 'NEIS S2 - Trabajadores de la cadena de valor'.

Por otro lado, desde el Grupo y la Fundación EROSKI realizamos distintas acciones de información y formación a las personas consumidoras sobre hábitos de consumo responsable, como el proyecto EROSKI Consumer o el Programa Educativo en Alimentación y Hábitos Saludables (PEAHS), que también incluyen buenas prácticas en relación con el uso de los recursos hídricos en el hogar. Estas actuaciones se detallan en el apartado [3.3.2.4](#) del capítulo 'NEIS S4 - Consumidores y usuarios finales'.

### Prevención y reducción de la contaminación del agua

#### Operaciones propias

El agua utilizada en nuestras instalaciones, como tiendas, plataformas logísticas y sedes, procede de las redes municipales de abastecimiento de agua potable, que gestionan su captación y potabilización. Del mismo modo, los servicios municipales de saneamiento se encargan del tratamiento de las aguas residuales que generamos, que en volumen son similares a las abastecidas y en calidad se asemejan a otros usos comerciales y domésticos. Por tanto, no existen en estas operaciones propias actuaciones respecto a la calidad del agua adicionales a las de cumplimiento legal.

Por el contrario, sí disponemos de acciones específicas en lo relativo a la prevención y remediación de fugas de carburantes, vertidos y derrames accidentales en nuestro negocio de gasolineras. Al ser una actividad potencialmente contaminante, es necesario aplicar controles que permitan garantizar su inocuidad para el medioambiente y, por ello, disponemos de un procedimiento para su vigilancia y control ambiental.

Así, en primer lugar, cumplimos con la legislación y normativa vigente en cuanto al equipamiento y al mantenimiento de los distintos elementos que componen la gasolinera. Siguiendo las pautas de control establecidas por la Instrucción de Industria MI-IP04, se lleva a cabo el control preventivo de la instalación petrolera por parte de los mantenedores homologados, además del cambio preventivo de equipos antiguos y mantenimiento semestral del separador de hidrocarburos. Entre las actuaciones que se realizan, están las pruebas trianuales de estanqueidad de tuberías y la revisión anual del sistema de detección de fugas, que han arrojado resultados satisfactorios en 2025.

Adicionalmente, más allá de los tres emplazamientos en los que la administración nos requiere una analítica de vertidos anual, cada ejercicio realizamos de forma voluntaria al menos un análisis, aguas abajo del separador de hidrocarburos, en todas las gasolineras del Grupo EROSKI. Las muestras recogidas se analizan para diferentes parámetros asociados con la calidad del agua en un laboratorio externo homologado. Los resultados se revisan para verificar que aquellas gasolineras que poseen condicionantes específicos de vertido cumplen con los valores límites de referencia definidos por Consorcios de Agua, Mancomunidades o Ayuntamientos. Además, comprobamos que en el resto de las gasolineras las aguas que se vierten a la red estén dentro de los límites generales de vertido marcados por las Ordenanzas Municipales o legislación de referencia que se aplique en cada caso. Los resultados de las analíticas y los valores de referencia que sean de aplicación quedan registrados en el informe de analíticas de vertidos de gasolineras y se comparten con la autoridad competente según los requiera. En caso de que en el análisis se superen los máximos permitidos, realizamos una revisión del separador de hidrocarburos para corregir y restablecer los valores a niveles correctos y evitar una potencial contaminación. A lo largo de este ejercicio 2025, todas las analíticas han sido favorables.

En cuanto a las actuaciones para la restauración de las condiciones de agua y suelo en los casos de contaminación detectados en el pasado en tres gasolineras, cabe mencionar que continuamos con los planes de remediación de suelos y aguas subterráneas iniciados entre 2021 y 2022, y cuya finalización se prevé en 2026. Una vez finalizados, se llevará a cabo un Plan de Control y Seguimiento durante un período de dos años para garantizar el correcto estado tanto de los suelos como de las aguas subterráneas.

Respecto al derrame detectado en otra gasolinera en 2023, se prevé la ejecución de tres piezómetros de muestreo y control para la calidad del suelo en 2026 tras haber recibido la validación por parte de las autoridades competentes a esa propuesta de actuación. Durante el ejercicio 2025 no se han detectado fugas ni vertidos.

### **Cadena de valor**

Adicionalmente a lo comentado en el apartado anterior para las actuaciones con nuestras empresas proveedoras y personas consumidoras, que promueven no sólo mejoras en la eficiencia en el consumo de agua sino también la preservación de su calidad en el medio natural cabe destacar la exigencia de erradicación, salvo excepciones justificadas, de los tratamientos fitosanitarios poscosecha en las frutas y hortalizas frescas de marca propia EROSKI Natur. También a través del Programa de Acompañamiento mencionado previamente capacitamos a la cadena de valor para hacer un uso responsable de los fertilizantes y los fitosanitarios para reducir la contaminación del agua por estos químicos.

### **Reducción del consumo de agua de importancia relativa en las zonas en riesgo hídrico y tensión hídrica**

En caso de que algún centro en zonas de elevado riesgo o tensión hídrica, descritas en el apartado [2.3.1.1](#) del presente capítulo, entre en alerta, se adoptan las medidas necesarias para adecuar el uso del agua a la situación.

## Conservación y uso sostenible de los recursos marinos

Cada principio de nuestra Política de Pesca y Acuicultura Sostenibles conlleva una serie de actuaciones para su ejecución y control. En 2025 destacamos las siguientes:

Como cada año, hemos superado la auditoría anual para la certificación de cadena de custodia de Marine Stewardship Council (MSC) para pescado procedente de caladeros sostenibles y de GlobalG.A.P. acuicultura para el pescado de crianza, por lo que seguimos siendo el primer gran distribuidor minorista de España con mostradores de pescadería certificados. Contamos con 423 establecimientos y 7 plataformas certificadas en total. Para ello, hemos formado a 3.248 personas trabajadoras de nuestras tiendas, plataformas y sedes que garantizan cada día el correcto cumplimiento de los requisitos de esos estándares.

Por otro lado, en 2025 hemos alcanzado las 3.790 toneladas con certificación en sostenibilidad. De este total, 61% de las toneladas corresponden a pescado certificado por MSC y ASC; 37% a pescado de acuicultura con sello GGN (GlobalG.A.P. Number), y 2% tienen el sello de Atún de Pesca Responsable (APR).

Además, destacan otras 5.069 toneladas de conservas de atún capturado con artes de pesca sostenibles que, sumadas a las toneladas de conservas de atún con sello MSC y APR, hacen que el 91,40% del volumen de atún capturado para las conservas de EROSKI provengan de artes de pesca más responsables (pesca a caña, APR, sin objeto FAD -dispositivos para concentrar la pesca-, MSC y FIP - proyecto de mejora pesquera).

En relación con el bonito y el atún en conserva, cabe destacar que contamos con exigencias específicas en nuestra Política de Pesca y Acuicultura Sostenibles. Así, desde 2016 comercializamos preferentemente bonito del norte pescado a caña, arte de pesca considerada como la más sostenible. Además, en el Grupo EROSKI trabajamos en colaboración con la International Seafood Sustainability Foundation (ISSF), principal entidad de referencia en relación con la pesca del atún, asumiendo el cumplimiento de las exigentes prácticas que preconiza.

En 2025 comercializamos en total 243 referencias de pescado sostenible entre frescos, congelados, conservas y comida para mascotas.

## 2.3.2. Parámetros y metas

### 2.3.2.1. Metas relacionadas con los recursos hídricos y marinos (E3-3)

Respecto a nuestras metas en relación con la reducción en el uso de recursos hídricos, en el Grupo EROSKI no disponemos de un objetivo general en ese ámbito, sino que las actuaciones de vigilancia y control establecidas buscan mantener los valores de consumo de agua en niveles similares a los del año anterior.

Del mismo modo, con relación a las acciones de prevención y reducción de la contaminación del agua en nuestras operaciones, buscamos garantizar un correcto funcionamiento de nuestros equipamientos que eviten la generación de cualquier fuga o derrame, así como la

correcta ejecución de las labores de remediación en caso de ser necesarias, que garanticen una restauración del suelo y las masas de agua afectadas.

Asimismo, el objetivo en relación con las actuaciones en las zonas en tensión y riesgo hídricos en alerta es garantizar el abastecimiento mínimo necesario para llevar a cabo nuestra actividad comercial.

En cuanto a nuestras actuaciones derivadas de nuestra Política de Pesca y Acuicultura Sostenibles, nuestro objetivo es mantener anualmente la certificación de cadena de custodia para la venta de pescado fresco certificado con los sellos MSC para los productos de pesca extractiva y GlobalG.A.P. para el pescado de crianza. Además, hacemos seguimiento del cumplimiento de nuestros proveedores de marca propia de las exigencias incluidas en nuestra Política como las tallas mínimas, el tipo de arte de pesca para las conservas de bonito (debe ser 100% a caña), especies de pescado comercializadas, etc. En el caso de EROSKI Natur, incluimos la exigencia de que el 100% del pescado comercializado bajo esa marca tenga un certificado de sostenibilidad como MSC o GlobalG.A.P. de acuicultura.

Asimismo, mantenemos una relación constante con organizaciones referentes en el ámbito de la pesca sostenible como Marine Stewardship Council (MSC), la Seafood Sustainability Foundation (ISSF), AZTI, MRAG y WWF, para el seguimiento y mejora continua de nuestras actuaciones en relación con los recursos marinos.

En el Grupo EROSKI no hemos definido metas públicas cuantificables adicionales relacionadas con los IRO derivados de los recursos hídricos y marinos. No obstante, tal y como se indica en el apartado [1.1.3.1](#) de la 'NEIS 2 – Información general', nuestros nuevos Compromisos Contigo incorporan planes y metas vinculadas –en particular en el Compromiso 5: Mejorar la sostenibilidad ambiental– cuyo despliegue iniciaremos a partir de 2026.

Durante el ejercicio 2025, desde el Comité de Sostenibilidad hemos liderado un proceso interno orientado a definir los 20 objetivos estratégicos ESG del Grupo EROSKI, así como sus correspondientes indicadores de seguimiento. Este conjunto de objetivos ha sido aprobado por el Consejo Rector, reforzando nuestra hoja de ruta en materia de sostenibilidad para los próximos años.

Mientras tanto, en el Grupo EROSKI realizamos el seguimiento de la eficacia de nuestras políticas y actuaciones relacionadas con los impactos, riesgos y oportunidades en sostenibilidad mediante los indicadores y parámetros cualitativos y cuantitativos divulgados a lo largo del informe. Este seguimiento se lleva a cabo en los términos de nuestro modelo de gobierno de información de sostenibilidad (apartado [1.1.2.2](#) del capítulo 'NEIS 2 – Información general').

### **2.3.2.2. Consumo de agua (E3-4)**

El agua consumida dentro de la organización es suministrada por las redes municipales de agua potable. Este parámetro lo calculamos en función del gasto real de agua de los centros y el coste promedio estimado en cada comunidad autónoma según un muestreo de centros representativos, denominados 'centros testigo'. Disponemos de un procedimiento detallado con la metodología aplicada.

Respecto al agua almacenada en los centros y plataformas, ésta puede encontrarse en termos y depósitos para agua caliente sanitaria (ACS), aljibes, depósitos de agua contra incendios, pozos y torres de refrigeración. El volumen de agua almacenada en los termos se ha estimado en la mayoría de los emplazamientos con ayuda de los responsables de mantenimiento. A lo largo de los próximos ejercicios se confirmarán los datos estimados.

Tabla 40. Consumo de agua (m<sup>3</sup>)

	2025	2024	% 2025/2024
Total de agua consumida	988.217	979.508	0,89%
Total de agua reciclada y reutilizada	-	-	-
Total de agua almacenada y cambios en almacenamiento	15.635	14.709	6,30%

En cuanto a la intensidad hídrica, se ha calculado la ratio a partir del consumo total de agua y el dato de Ingresos Ordinarios por ventas, tal y como se indica en los Estados Financieros Consolidados de las 'Cuentas anuales consolidadas de Eroski, S. Coop. y sociedades dependientes correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de enero de 2026' (5.486.925 miles de euros en 2025 y 5.335.007 miles de euros en 2024).

Tabla 41. Intensidad hídrica (m<sup>3</sup>/millón de euros)

	2025	2024	% 2025/2024
Consumo de agua por millón de euros de ingresos	180,10	183,6	-2,12%

Respecto al consumo de agua en zonas en riesgo hídrico y zonas de elevada tensión hídrica, se ha calculado en función del consumo estimado por centro ya mencionado y la clasificación obtenida en la plataforma Aqueduct de WRI. Se presentan únicamente los resultados calificados como elevados o extremadamente elevados en el caso de las zonas de tensión hídrica, y los de riesgo medio-elevado o elevado en el caso de los riesgos hídricos. Para estos últimos, hemos considerado los riesgos de inundación fluvial y costera y el riesgo de sequía.

Tabla 42. Riesgos hídricos y tensión hídrica (m<sup>3</sup>)

	2025	2024	% 2025/2024
<b>Riesgo inundación fluvial (Total)</b>	<b>468.990</b>	<b>457.862</b>	<b>2,43%</b>
Elevado (6 en 1,000 a 1 en 100)	1.647	3.937	-58,16%
Medio - elevado (2 en 1,000 a 6 en 1,000)	467.343	453.925	2,96%
<b>Riesgo inundación costera (Total)</b>	<b>1.100</b>	<b>449</b>	<b>145,01%</b>
Medio - elevado (7 en 100,000 a 3 en 10,000)	1.100	449	145,01%
<b>Riesgo sequía (Total)</b>	<b>160.710</b>	<b>164.137</b>	<b>-2,09%</b>
Medio - elevado (0.6-0.8)	160.710	164.137	-2,09%
<b>Tensión hídrica (Total)</b>	<b>303.536</b>	<b>338.419</b>	<b>-10,31%</b>
Muy elevada (>80%)	218.646	224.859	-2,76%
Elevada (40-80%)	84.890	113.560	-25,25%

## 2.4. NEIS E5 – Uso de los recursos y economía circular

### 2.4.1. Gestión de impactos, riesgos y oportunidades

#### 2.4.1.1. Descripción de los procesos para determinar y evaluar los impactos, los riesgos y las oportunidades materiales relacionados con el uso de los recursos y la economía circular (NEIS 2 IRO-1)

En el Grupo EROSKI empleamos un proceso sistemático para identificar y evaluar los impactos, riesgos y oportunidades asociados con el uso de recursos y la economía circular. Este proceso está descrito en el apartado [1.1.4.1](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general'. Dentro de este proceso de análisis de doble materialidad se ha involucrado a los grupos de interés afectados mediante consultas y se han identificado y evaluado los IRO reales y potenciales en las propias operaciones y en las fases anteriores y posteriores de la cadena de valor.

Aquellos IRO considerados como materiales se detallan en el apartado [1.1.3.3](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general'. Asimismo, en ese mismo capítulo, el apartado [1.1.2.5](#) incluye un resumen de otros riesgos generales de la organización por cambios regulatorios o de mercado que pueden afectar también a aspectos relacionados con el uso de recursos y la economía circular.

#### 2.4.1.2. Políticas relacionadas con el uso de los recursos y la economía circular (E5-1)

Los valores y principios de nuestra cultura corporativa se materializan en un conjunto de prácticas y políticas que fomentan un entorno de responsabilidad y cumplimiento normativo e involucra a todo el Grupo EROSKI. En el apartado [1.1.4.3](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general' se puede consultar el abanico de políticas existentes en el Grupo EROSKI, así como una descripción de su ámbito de aplicación, su procedimiento de aprobación y seguimiento por los órganos de gobierno de la organización y los mecanismos de divulgación a los grupos de interés. Asimismo, en los apartados [2.2.3.2](#) del capítulo 'NEIS E1 - Cambio climático' y [2.3.1.2](#) del capítulo 'NEIS E3 - Recursos hídricos y marinos' se reporta información relevante sobre políticas relacionadas con el uso de recursos como energía y agua. En el presente capítulo incluimos una descripción del contenido fundamental de nuestra Política de Economía Circular, que está alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en especial con los de industria, innovación e infraestructura (ODS 9) y producción y consumo responsables (ODS 12).

#### Política de Economía Circular

En un contexto global donde la escasez de recursos y los desafíos ambientales son cada vez más apremiantes, en el Grupo EROSKI reconocemos la importancia de adoptar prácticas empresariales alineadas con los criterios de la jerarquía de residuos de la normativa vigente, que promuevan la eficiencia en el uso de los recursos, reduzcan los residuos y fomenten la reutilización y el reciclaje. Desde esta mirada, nuestra Política de Economía Circular recoge compromisos que contribuyen a la transición hacia el abandono del uso de materias primas vírgenes en favor de materiales reciclados y hacia un abastecimiento sostenible que priorice la

utilización de recursos renovables. Así, resumimos los principios de nuestra política en función del Sistema de Categorización para la Economía Circular propuesto por la Comisión Europea:

- **Diseño y producción circulares:** impulsamos la venta de productos frescos a granel para evitar el uso de envases domésticos de un solo uso y colaboramos con nuestros proveedores en el ecodiseño de nuestros envases y embalajes de marca propia para mejorar su reciclabilidad y potenciar el uso de materiales de origen renovable o reciclado. Además, traccionamos y capacitamos a nuestra cadena de valor, en especial a los proveedores más pequeños, para ayudarles en la transición hacia sistemas de producción más circulares. Queremos ofrecer a las personas consumidoras productos ecodiseñados según los principios de circularidad recogidas en las normativas vigentes y futuras. Para ello, además de capacitar a nuestras personas trabajadoras sobre economía circular, también participamos con distintos grupos de interés en proyectos de innovación y desarrollo que buscan nuevas soluciones a partir de recursos de origen renovable o reciclado. Por otro lado, orientamos nuestros procesos para prevenir el desperdicio alimentario, por ejemplo, con la adecuación de los pedidos y el stock a la demanda, la mejora de la cadena de frío y la incorporación de acciones comerciales que potencien la reducción de los excedentes. Asimismo, impulsamos el uso de soluciones digitales de comunicación con nuestra clientela, como tiques, folletos y revistas digitales que minimicen el uso de papel.
- **Uso circular:** ofrecemos a nuestra clientela envases reutilizables en nuestras secciones de productos frescos a granel e implementaremos las soluciones de reutilización o rellenado de envases establecidas por la normativa. Además, sensibilizamos y formamos a las personas consumidoras en hábitos de consumo circulares. Por otro lado, garantizamos el aprovechamiento de los excedentes alimentarios aptos para el consumo humano que se generan en nuestras tiendas y plataformas a través de la donación a entidades sociales.
- **Valorización circular:** potenciamos la logística inversa en nuestros centros para una correcta reutilización, reciclado o valorización de los envases comerciales y de los residuos orgánicos e inorgánicos que generamos. Y, por supuesto, contribuimos a los Sistemas de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAP) para garantizar la correcta recuperación y gestión de los residuos derivados del uso de los productos que comercializamos. Además, disponemos de puntos limpios en nuestras tiendas para facilitar el reciclaje a las personas consumidoras.

El Departamento de Sostenibilidad supervisa la implantación y el cumplimiento de esta Política en colaboración con aquellos departamentos involucrados en la consecución de los objetivos y metas fijadas y reporta al Comité de Sostenibilidad. Este reporta al Consejo de Dirección sobre la ejecución de dichos objetivos y sus posibles desviaciones, sugiere las mejoras en la materia que estime conveniente, y traslada la propuesta de revisión anual de los objetivos relacionados con la economía circular en el marco de aprobación del Plan de Gestión.

### 2.4.1.3. Actuaciones y recursos relacionados con el uso de los recursos y la economía circular (E5-2)

Las actuaciones del Grupo EROSKI relacionadas con uso de recursos y la economía circular buscan el cumplimiento de los principios y compromisos adquiridos en nuestra política antes descrita y contribuyen a la prevención y gestión de los impactos y riesgos identificados para este tema. La metodología de cálculo de cada indicador utilizado para comunicar los resultados de las distintas acciones descritas a continuación se define en el apartado [2.4.2.1](#) de este capítulo.

#### Mejora de los productos con nuestras empresas proveedoras

Para cumplir con nuestro compromiso por la sostenibilidad creemos fundamental colaborar con empresas proveedoras responsables, alineadas con nuestros principios, y así poder afianzar el factor ambiental en nuestra oferta. Trabajamos para que los procesos productivos, desde el origen de las materias primas hasta las operaciones de transformación, manipulación y gestión de los residuos, reduzcan su impacto ambiental. Esto se alinea con los requisitos de diseño ecológico aplicables a los productos sostenibles que recoge la nueva normativa europea. Es decir, buscamos que nuestra cadena de valor minimice el consumo de recursos, potencie el uso de alternativas de origen renovable y menos contaminantes, consiga una mayor vida útil de los productos y asegure una gestión circular de los residuos generados en su actividad y de los derivados del uso de los artículos que comercializamos.

Como muestra de ello, destacamos, entre otras acciones, la erradicación de tratamientos fitosanitarios poscosecha en la marca EROSKI Natur, la certificación de nuestras pescaderías con sellos de sostenibilidad, el control del uso de antibióticos en los productos cárnicos, la incorporación de prácticas que garanticen el bienestar animal, la potenciación del producto local cercano a nuestras tiendas o el fomento de gamas ecológicas. En este sentido, nos apoyamos en diversas certificaciones, etiquetas y marcas que garanticen producciones más respetuosas con el medio ambiente, el bienestar animal y la biodiversidad terrestre y marina.

Algunos de los logros más relevantes en 2025 en esta materia, adicionales a los ya presentados en el apartado [2.3.1.3](#) del capítulo 'NEIS E3 – Recursos hídricos y marinos', son:

- Más de 1.200 productos ecológicos dentro de nuestra oferta comercial.
- 710 productos con certificaciones de bienestar animal como Welfair® o las certificaciones propias de Eusko Label e INTIA.
- 391 productos de nuestra marca EROSKI Natur que incluyen certificaciones como GlobalG.A.P., Producción Integrada o de bienestar animal.
- 736 productos con sello FSC®, PEFC, o SFI.
- 27 productos belle NATURAL con la certificación COSMOS Natural de ECO- CERT.

En total, disponemos de más de 3.200 referencias en nuestra gama de productos con algún sello externo de sostenibilidad.

Adicionalmente, damos apoyo a las empresas productoras locales, en general más pequeñas y con menos medios para una transición hacia productos más circulares alineados con las nuevas regulaciones, tal como se describe en el apartado [3.2.2.2](#) del capítulo 'NEIS S2 – Trabajadores de la cadena de valor'.

Por otro lado, las personas consumidoras son un agente fundamental en la tracción de la cadena de valor para el avance hacia un sistema productivo más respetuoso con el medio ambiente. Son sus decisiones de compra las que impulsan, en gran medida, a distribuidores y fabricantes a mejorar su oferta comercial y sus productos. Por ello, es imprescindible contar con una sociedad informada y formada en materia de sostenibilidad, y ser transparentes en cuanto al impacto ambiental de los productos y servicios que ofrecemos para que puedan ejercer elecciones de compra conscientes y responsables. Por ello, trabajamos para comunicar no solo el perfil nutricional de los alimentos que vendemos, tal como se detalla en la sección 'Prácticas de marketing responsable' del apartado [3.3.2.4](#) del capítulo 'NEIS S4 - Consumidores y usuarios finales', sino también los sistemas de producción y el perfil ambiental de nuestra gama.

Así, en 2020 fuimos pioneros con la publicación de la Declaración Ambiental de Producto de los huevos y la leche de País Vasco EROSKI. En 2022 incorporamos un nuevo etiquetado a todas las referencias de carne de pollo de marca propia que ayuda a reconocer las características de su crianza. Y, ese mismo año, nos convertimos en la primera empresa de distribución en España en comunicar un nuevo etiquetado ambiental, el Planet-Score, que busca informar de una manera sencilla el impacto global del alimento en el medio ambiente, y que en 2023 incluimos en el envase de seis productos. Actualmente, seguimos de cerca los avances en la regulación de declaraciones ambientales a nivel europeo para definir los próximos pasos en estas acciones de transparencia hacia el consumidor que fomenten un consumo más responsable.

### Ecodiseño de nuestros envases y embalajes

En el Grupo EROSKI abordamos la mejora de nuestros envases y embalajes con dos metas: la mejora de su circularidad para que puedan ser aprovechados de nuevo al final de su vida útil y la minimización de la contaminación por plásticos que sufre nuestro planeta. Con base en estas dos perspectivas, trabajamos de forma integral desplegando medidas que abarcan tanto las bolsas de caja como los embalajes de envasado en tienda y los envases de nuestra marca propia. Y lo hacemos aplicando la jerarquía de residuos, priorizando la prevención y la reutilización, además de trabajar desde el diseño para mejorar su reciclabilidad y potenciar el uso de materiales de origen renovable o reciclado.

#### Bolsas de caja

En primer lugar, promovemos la reutilización de las bolsas de caja entre las personas consumidoras. Para ello, contamos desde 2019 con bolsas de gran capacidad y múltiples usos fabricadas con plástico reciclado, cobramos las bolsas de un solo uso (2010) y vendemos bolsas solidarias de tela (2013). Además, disponemos de una amplia gama de soluciones más sostenibles para sustituir la bolsa de compra de plástico convencional. Así, en 2019, incorporamos la bolsa con más de un 55% de plástico reciclado, una bolsa de papel con sello FSC®, 100% reciclable, y una bolsa compostable, hecha con materiales de origen vegetal renovable y que se puede reutilizar como bolsa de basura para la fracción orgánica. De esta forma, en el ejercicio de referencia el 64% del material que utilizamos para las bolsas es de origen bioplástico (3%), renovable (2%) o reciclado (59%).

Todas estas medidas se traducen en una reducción del 19% del número de bolsas comercializadas en 2025 respecto a 2018, año anterior a producirse el cambio de bolsas. Esto supone consumir al año 574 toneladas menos de materiales que antes. Respecto al plástico

convencional en concreto, hemos reducido a casi la mitad su consumo desde 2018, evitando la utilización de 947 toneladas de ese material al año.

### Embalajes de envasado en tienda

Desde el Grupo EROSKI facilitamos a la clientela el uso de envases reutilizables en nuestras secciones de frescos. Concretamente, permitimos el uso de sus propios envases como fiambreras en las secciones de carnicería, charcutería y pescadería, o nuestra bolsa de malla reutilizable para la compra de fruta y verdura a granel. Esta alternativa a las bolsas de plástico de un solo uso la regalamos a todos los Socios Oro de EROSKI Club en el momento de su lanzamiento y está disponible en todas las tiendas.

Adicionalmente, desde 2018 hemos aplicado medidas de ecodiseño en nuestra gama de embalajes de envasado en tienda, como la sustitución de las bolsas de polietileno por bolsas compostables, el uso de sobres de papel como alternativa al plástico y la implantación de hasta un 80% de plástico reciclado en las bandejas de envasado en tienda de pan, bollería y otros productos. Esto implica una reducción acumulada del 52% de las unidades servidas al año en comparación con 2018. Respecto al plástico convencional en concreto, hemos reducido un 56% su consumo respecto a 2018, evitando la utilización de 923 toneladas de ese material al año. El 53% del material que utilizamos para los embalajes es de origen renovable (34%), de bioplástico (9%) o reciclado (10%).

### Envases de marca propia

Desde la creación de la marca propia, hemos trabajado para mejorar los envases de nuestros productos y en 2013 nos adherimos al Basque Ecodesign Center (BEC), iniciativa de colaboración público-privada que aúna los esfuerzos de empresas y de la Sociedad Pública Vasca de Gestión Ambiental Ihobe, con quienes colaboramos para el estudio y ejecución de proyectos de innovación en ecodiseño. La iniciativa cuenta además con el apoyo de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU) y con centros de conocimiento líderes a escala internacional.

En línea con esta trayectoria de trabajo, en 2018 pusimos en marcha un proyecto para el ecodiseño de los envases de marca propia de consumo más habitual en nuestras tiendas: los de productos frescos, alimentación seca, droguería, perfumería e higiene. Con él contribuimos a los objetivos globales de reducción de envases de un solo uso, especialmente los de plástico convencional, y a facilitar una gestión circular tras su uso, en la línea de lo recogido en la normativa de envases estatal aprobada a finales de 2022 y el nuevo Reglamento de envases europeo aprobado en 2024. En el apartado de metas [2.4.2.1](#) de este capítulo detallamos en mayor medida nuestros retos al respecto.

La primera medida que intentamos implementar siempre es la eliminación del envase y, en consecuencia, impulsamos la venta de productos frescos a granel. Así, aproximadamente el 50% de nuestra fruta y verdura se vende sin envase y en otras secciones el porcentaje de productos a granel es aún mayor, como en pescadería, donde alcanzamos el 90%.

En paralelo, iniciamos la recopilación de datos de envases de marca propia en colaboración con nuestras empresas proveedoras para medir su huella plástica y reciclabilidad y poder así definir acciones de ecodiseño específicas. Así, desde 2020 contamos con una base de datos de nuestros envases que actualmente cuenta ya con información de 3.860 referencias de 438

proveedores. En función de ese diagnóstico hemos desplegado acciones como la eliminación de los elementos del envase superfluos para la preservación de la seguridad alimentaria o para la funcionalidad de uso para el consumidor, la optimización de las ratios de material utilizado por envase, la incorporación de materiales de origen renovable o reciclado y el rediseño conforme a las guías de mejora de la reciclabilidad existentes, como el uso de un solo material por cada elemento del envase o utilización de colores claros. Para identificar e implementar esas medidas de mejora, hemos formado a las personas trabajadoras responsables de la selección y diseño de los productos de nuestra marca propia.

En este contexto, hemos ecodiseñado 186 envases de nuestra marca propia en 2025, que ascienden a 802 desde 2020. Gracias a todas estas medidas, hemos reducido la ratio de gramos de plástico convencional por unidad de marca propia un 15,4% respecto al año 2020, lo que supone evitar 1.123 toneladas de plástico convencional al año. El 28% del material que utilizamos para los envases de marca propia es de origen renovable (21%) o reciclado (18%).

En lo que respecta a reciclabilidad, durante este ejercicio hemos realizado una revisión profunda de nuestros criterios de cálculo. Para ello, nos hemos apoyado en AINIA, centro tecnológico experto en materia de envases y su reciclabilidad, lo cual nos ha llevado a realizar ajustes en nuestra herramienta de medición en relación con los criterios de penalización a los envases multicapa, hemos incluido criterios de facilidad de vaciado del producto y hemos ajustado las penalizaciones de los envases plásticos coloreados, entre otras medidas. Adicionalmente al ajuste de la herramienta de cálculo, hemos replanteado la definición de la reciclabilidad para alinearla a lo recogido en el Reglamento europeo 2025/40 de envases y residuos de envases (PPWR, según sus siglas en inglés). Con todo ello, y para hacer comparable el dato de reciclabilidad con el de 2024, hemos recalculado los datos del año anterior con estos nuevos criterios. Así, hemos incrementado 6,6 puntos porcentuales la reciclabilidad promedio desde 2024, alcanzando el 77,84%, lo que supone 9,27% de mejora. Además, el 77,84% de nuestros productos de marca propia analizados cumplen con las exigencias de reciclabilidad del PPWR a 2030. En los próximos años, a medida que la administración concrete en mayor medida la metodología de cálculo de la reciclabilidad, actualizaremos nuestros cálculos en consecuencia.

De cara a seguir avanzando en una mayor circularidad de nuestros envases, formamos parte de distintos proyectos de innovación nacionales y europeos como, por ejemplo:

- SISTERS: proyecto Green Deal para mejorar la sostenibilidad de los envases utilizados para preservar alimentos y reducir sus impactos negativos.
- REDYSING: proyecto Horizon Europe que busca impulsar procesos eficientes e innovadores en el uso de los recursos para la producción y circularidad de los envases de celulosa para alimentos frescos.
- BOTTLE4FLEX: desarrollo de un *film* sostenible flexible.
- MOEBIOS: desarrollo de envases biodegradables y reciclables.
- CLEAN ALGAE2VALUE: desarrollo de envases biomateriales a partir de algas.
- INSOSTPACK: desarrollo de envases a partir de quitina de insectos.
- INVASEC: desarrollo de soluciones de envasado para productos cárnicos que garanticen la calidad, seguridad alimentaria y frescura de los alimentos, reduciendo al mismo tiempo el impacto ambiental asociado al uso de plásticos convencionales.

- DIGIPACK: innovación en el envasado de productos de 4ª y 5ª gama en la industria alimentaria, mediante la aplicación de tecnologías avanzadas de inspección y el uso de materiales sostenibles.

Tabla 43. Indicadores de ecodiseño

	2025	2024	% 2025/2024	% 2025/2020
N.º de referencias ecodiseñadas acumuladas	802	617	29,98%	-
% reciclabilidad promedio	77,84%	71,2%	9,27%	20,7%
% referencias reciclables (según el PPWR)	77,84%	70,9%	9,73%	20,6%
Ratio de gramos de plástico convencional comercializados por unidad de venta	6,14	6,26	-1,92%	-15,4%

### Envases logísticos

Adicionalmente a los envases y embalajes que llegan a las personas consumidoras, también trabajamos con nuestra cadena de valor para la mejora de los envases comerciales y de transporte. Por ejemplo, potenciamos el uso de envases logísticos reutilizables, que retornamos a nuestras plataformas mediante logística inversa. Gracias a ello en 2025, hemos reutilizado más de 51 millones de estos envases: 5.628.300 palés y 45.632.700 cajas plásticas.

En este contexto, desde FORUM SPORT se está avanzando también en la innovación dentro de los procesos logísticos para minimizar la generación de residuos, como, por ejemplo, con la sustitución de cajas y palés de un solo uso por otros de plástico reciclado y reutilizable y la sustitución de elementos de transporte tradicionales por jaulas metálicas reutilizables para el calzado.

### Plan de Acción contra el Desperdicio Alimentario

En Grupo EROSKI somos conscientes de la problemática del despilfarro de alimentos a escala mundial en términos sociales y económicos. Por ello, desplegamos una serie de medidas priorizadas según la jerarquía de residuos para minimizar la gestión de excedentes alimentarios en nuestras tiendas y garantizar una salida circular para los que aún no podemos evitar. Prueba de estas actuaciones es la certificación desde 2023 de VEGALSA-EROSKI en el estándar de Desperdicio Alimentario (Food Waste Management System) desarrollado por Bureau Veritas.

### Prevención de generación de excedentes alimentarios

En primer lugar, trabajamos en la prevención de la generación de dichos excedentes. Para ello, implementamos las siguientes iniciativas:

- **Aprovisionamiento óptimo:** utilizamos distintas herramientas para adecuar los pedidos y el stock a la demanda para minimizar los excedentes.
- **Mejora de la cadena de frío:** renovamos las instalaciones y la cadena de frío para alargar la vida útil de los alimentos y reducir el tirado en el punto de venta.
- **Mantenimiento y calibración de los equipos:** implementamos planes preventivos para garantizar el correcto funcionamiento de los equipos de frío, iluminación y pesaje, lo que reduce el riesgo de averías y errores que generen mermas.

- **Buenas prácticas de higiene y manipulación:** proporcionamos formación continua y actualizada al personal que manipula los alimentos, aplicamos un sistema robusto de análisis de peligros y puntos críticos de control (APPCC) para evitar incidentes a tiempo, disponemos de manuales y procedimientos operativos estandarizados y contamos con un plan de desinfección, desinsectación y desratización (DDD) integral, tanto interno como externo.
- **Control continuo de las fechas en las tiendas:** identificamos con antelación los alimentos que están acercándose a su límite de venta y optimizamos con ello la rotación de productos y evitar vencimientos.
- **Promoción de alimentos próximos a su fecha límite de venta:** actuamos en nuestra propuesta comercial para dar mejor salida a productos cuyo recorrido comercial se acorta por acercarse sus fechas de consumo preferente o caducidad. En 2025, hemos vendido 15.446 toneladas de productos con estos descuentos.
- **Packs de productos con Too Good To Go:** esta aplicación ofrece la posibilidad de que las personas consumidoras puedan adquirir paquetes de productos a precios reducidos, con una amplia variedad de alimentos que están a punto de alcanzar su fecha de consumo preferente o fecha de caducidad. En 2025, hemos logrado comercializar 417.098 paquetes, lo que equivale a evitar que se desperdicien 491 toneladas de alimentos.
- **Análisis de la pérdida:** realizamos un análisis integral de la pérdida de alimentos considerando todas sus variables, lo que nos permite clasificar las causas, priorizar las acciones necesarias y evaluar la evolución de los indicadores asociados.

### Donación de excedentes alimentarios para personas en situación de vulnerabilidad o alimentación animal

En el Grupo EROSKI llevamos muchos años donando los excedentes que se encuentran en perfecto estado para el consumo humano, pero que retiramos de nuestros lineales por nuestro compromiso de frescura con nuestros clientes o por alguna anomalía en el envase o el etiquetado. Para ello, hemos desarrollado un sistema de alarmas relativo a la proximidad de fechas de caducidad y consumo preferente, y hemos establecido un proceso de recogida y entrega en toda la red y en nuestras plataformas logísticas que cuenta con un protocolo detallado para garantizar la seguridad alimentaria. También hemos formado a miles de personas de toda la red de tiendas, y colaboramos en el diseño de rutas de recogida de estos productos con organizaciones sociales y entidades públicas (reforzando incluso, de ser necesario, su equipamiento con elementos técnicos materiales para garantizar, por ejemplo, la cadena de frío). De este modo donamos 824 toneladas de alimentos al año a través de cientos de entidades sociales. En caso de que el producto no sea apto para el consumo humano, pero sí animal, tenemos también acuerdos de donación con algunos zoológicos o protectoras de animales.

### Transformación de subproductos

Mediante logística inversa o gestores autorizados, recogemos los subproductos sólidos generados en nuestras tiendas, como carne, pescado, pan, etc., para su utilización como materia prima en la fabricación de harinas y aceites de origen animal y de piensos para

alimentación animal. Gracias a esta medida, hemos dado una segunda vida a 6.219 toneladas de subproductos orgánicos en 2025.

### Compostaje y valorización de biorresiduos

La gestión de biorresiduos en nuestros centros se realiza en algunos casos mediante gestión municipal a través del contenedor marrón y, en otros, a través de logística inversa o gestores autorizados, que recogen los residuos orgánicos generados en nuestras tiendas para su compostaje o generación de biogás. En 2025 la cantidad de biorresiduos que se han aprovechado gracias a esta gestión propia ha ascendido a 2.022 toneladas.

### Innovación para evitar el desperdicio alimentario

Participamos en distintos proyectos de innovación europeos en colaboración con otras empresas y centros de investigación que tratan de encontrar salidas circulares alternativas a los productos para evitar que se desperdicien, como la fabricación de nuevos alimentos o incluso de envases a partir de los residuos orgánicos. Entre ellos, destacamos:

- ZeroW: proyecto Green Deal para implementar Systemic Innovation Living Labs (SILL) en la cadena de valor para conseguir una sostenibilidad ambiental y económica a largo plazo.
- ToNoWaste: proyecto Horizon Europe destinado a fomentar una nueva mentalidad de cero desperdicios de alimentos basada en el enfoque holístico.
- UPCYCLE: desarrollo de envases biodegradables a partir de excedentes alimentarios no aptos para el consumo humano o animal.
- AHOBAE: estrategia de valorización inteligente de subproductos heterogéneos orgánicos para el desarrollo de envases.
- RPACK: desarrollo de tecnologías de recuperación y trazabilidad para la revalorización de poliolefinas en envase alimentario.
- JAKIZU: ayudar a las personas consumidoras a tomar decisiones de compra más responsables a través de una plataforma digital gamificada.

### Sensibilización en los hogares

En el Grupo EROSKI hacemos esfuerzos por comunicar a nuestras personas consumidoras sobre opciones para evitar el desperdicio que se produce en los hogares.

Así, llevamos a cabo varias campañas a lo largo del año para ofrecer frutas y hortalizas consideradas feas por su aspecto o tamaño, pero que se encuentran en óptimas condiciones para su consumo, para concienciar a las personas consumidoras a la hora de descartar productos en su compra solo por esas características físicas. En 2025, se comercializaron un total de 200 toneladas de frutas y hortalizas feas en toda nuestra red.

Además, trasladamos recomendaciones para que planifiquen su compra, almacenen correctamente los alimentos para alargar su vida útil y aprovechen los restos de comida para otras recetas. Y cada año participamos en la Semana Contra el Desperdicio Alimentario que organiza AECOC con distintas acciones de sensibilización y pedagógicas a través de sus redes sociales.

### **Digitalización para reducir el consumo de papel**

A partir de 2019 incorporamos el tique digital para que nuestros clientes puedan disponer de la información de su compra directamente en la App EROSKI y evitar así el consumo de papel. Además, con este mismo fin, seguimos avanzando en digitalizar la comunicación promocional e informativa a las personas consumidoras, por ejemplo, a través de nuestros folletos o revistas en formato digital. Gracias a ello, desde 2019 hemos reducido un 46% el papel utilizado en los folletos de publicidad, las revistas EROSKI Club, CAPRABO Sabor y EROSKI Consumer, los tiques de compra y en el papel de la sede central del Grupo EROSKI. Esto se traduce en evitar el consumo de más de 2.300 toneladas de papel al año.

Además, cabe destacar que el papel utilizado en general en publicidad cuenta con la certificación PEFC 70% (Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes) que garantiza que proviene de bosques gestionados de manera sostenible. El papel de las revistas EROSKI Consumer, EROSKI Club y CAPRABO Sabor también cuenta con la certificación PEFC que garantiza una gestión forestal responsable. En la sede central utilizamos un papel con sello EU Ecolabel con menor gramaje.

### **Aprovechamiento de los excedentes textiles a través de la solidaridad**

En la línea de lo realizado con los excedentes alimentarios, desde hace años donamos a entidades sociales los artículos de consumo no alimentario, como juguetes, ropa, calzado y material escolar en perfectas condiciones de uso que retiramos de la venta, por ejemplo, por cambios de temporada en la gama. Así, en 2025 hemos donado 3.060 kilos de estos productos a la Federación Niños del Mundo, que destina su uso a personas en situación vulnerable en otros países. Asimismo, en FORUM SPORT hemos donado más de 1.000 prendas de ropa a Cruz Roja Bizkaia.

### **Reparación y venta de recambios de equipamiento deportivo en FORUM SPORT**

Ofrecemos servicios de reparación y venta de recambios para los equipamientos deportivos que vendemos en nuestras tiendas FORUM SPORT, con el objetivo de alargar su vida útil y minimizar el consumo de recursos, además de garantizar la mejor atención a las necesidades de nuestra clientela. Así, en 2025 hemos realizado 4.000 reparaciones de artículos en nuestros establecimientos y 156 reparaciones directamente por parte de nuestros proveedores especializados. Además, hemos vendido más de 42.791 recambios para equipamiento deportivo de ciclismo y tenis.

### **Gestión circular de residuos**

Tal como se ha comentado en los apartados anteriores, implementamos distintas medidas para minimizar los residuos derivados de nuestra actividad. Por ejemplo, la aplicación del ecodiseño a los productos de marca propia, el fomento de la reutilización de envases y embalajes entre nuestra clientela y en nuestras operaciones logísticas, el despliegue de un plan transversal para la reducción de los excedentes alimentarios y la potenciación de la comunicación digital con las personas consumidoras. Por otro lado, cuando la generación del residuo no ha podido evitarse, disponemos también de una serie de actuaciones para garantizar su gestión circular.

### Reciclaje y valorización de los residuos de nuestras instalaciones

En el Grupo EROSKI nos preocupamos por una correcta gestión y valorización de los residuos generados en nuestras instalaciones, a través de acciones de reciclaje y reutilización como medidas prioritarias. Desde una perspectiva de economía circular, potenciamos procesos de logística inversa, desde las tiendas hasta las plataformas y empresas proveedoras, que permiten una correcta reutilización y reciclaje de los residuos orgánicos e inorgánicos generados. Esto implica no solo un aprovechamiento de los desechos y evitar el consumo de materias primas vírgenes, sino también reducir el impacto por su transporte hasta el gestor final. Así, adicionalmente a lo ya comentado sobre los biorresiduos, nos preocupamos del reciclaje y valorización de materiales como cartón, plástico, papel y madera generados en nuestras instalaciones. Para ello, recogemos los distintos materiales desechados en nuestras tiendas y plataformas, y colaboramos con diferentes Sistemas Integrados de Gestión (SIG) autorizados para su tratamiento. Gracias a ello, en 2025, se han clasificado 41.387 toneladas de residuos en operaciones de valorización, el 98,69% del total gestionado directamente con gestores autorizados. La información completa de los residuos con gestión directa se presentan posteriormente en la [Tabla 54](#) del apartado [2.4.2.3](#). Disponemos de esta gestión para aproximadamente el 85% del total de los residuos generados en nuestros centros.

El resto lo gestionamos a través de los servicios municipales de gestión de residuos. Estimamos que anualmente se gestionan a través de este tipo de recogida municipal 8.415 toneladas de residuos. Este valor se ha estimado según los kilos de productos retirados de las tiendas donde no hay una gestión directa.

### Gestión circular de los residuos de los productos que comercializamos

Nos preocupamos de fomentar entre las personas consumidoras un uso responsable de los recursos y una gestión circular de sus residuos a través de distintas acciones adicionales a las ya comentadas sobre el diseño circular de nuestros productos y envases. En concreto:

- Como productores de marca propia, declaramos anualmente los envases, aparatos eléctricos, pilas, aceites y luminarias de nuestros productos a los Sistemas Colectivos de Responsabilidad Ampliada de Productor (SCRAP), como ECOEMBES, ECOVIDRIO, ECOPILAS o ECOTIC. Estas entidades garantizan la correcta recuperación y gestión de los residuos derivados del uso de nuestros productos.
- Ponemos a disposición de las personas consumidoras puntos limpios en nuestras tiendas para la recogida de pilas, aparatos eléctricos, lámparas, ropa, aceite doméstico y tóner, entre otros productos usados. Cabe destacar que somos la primera cadena de supermercados que implantó la recogida de cápsulas de café de cualquier marca y material en nuestra red en 2019.
- Desde hace años incluimos en los productos de nuestra marca propia los pictogramas de los contenedores que indican cómo separar correctamente los residuos de sus envases, algo ha pasado a ser obligatorio por normativa a mediados de 2025.
- Además de las acciones ya mencionadas de sensibilización en los hogares para la prevención del desperdicio alimentario, desde el Grupo EROSKI y Fundación EROSKI promovemos la formación y concienciación de las personas consumidoras sobre los retos en el uso de recursos y economía circular que enfrentamos, las buenas prácticas y posibles soluciones. Lo hacemos mediante campañas de sensibilización y la

publicación de contenidos informativos y pedagógicos en nuestras plataformas *web* y otros soportes, ya que creemos que lograr alcanzar las metas medioambientales globales solo es posible si todos y todas participamos activamente, como sociedad. Así, destacamos el proyecto EROSKI Consumer, con su canal y contenidos específicos sobre medio ambiente, y el Programa Educativo en Alimentación y Hábitos Saludables (PEAHS), que dispone de un módulo formativo específico realizado en colaboración con WWF. Estas actuaciones se detallan en el apartado [3.3.2.4](#) del capítulo 'NEIS S4 - Consumidores y usuarios finales'. Por otro lado, colaboramos con distintas organizaciones para que puedan llevar a cabo también su labor divulgativa en esta materia, como, por ejemplo, con WWF en su campaña 'La Hora del Planeta' o con la Escuela de Sostenibilidad de Artigas, el Centro de Educación Ambiental sobre Residuos de Bizkaia. El capítulo [3.4](#) 'Desarrollo del entorno' contiene más información al respecto.

## 2.4.2. Parámetros y metas

### 2.4.2.1. Metas relacionadas con el uso de los recursos y la economía circular (E5-3)

A continuación, se presenta una tabla con información adicional de los parámetros de seguimiento de nuestras actuaciones en relación con el uso de recursos y la economía circular divulgados en este capítulo.

Tabla 44. Información complementaria de parámetros de seguimiento relacionados con el uso de recursos y la economía circular

Parámetros	Metodología e hipótesis significativas
Número de unidades de embalajes de envasado en tienda utilizadas	El dato se obtiene a partir de la información de compras de embalajes registrada en los sistemas de compras de la organización. Incluye las bolsas de autoservicio de frutería, los sobres, bandejas, <i>film</i> , bolsas, etc., de envasado en tienda de mostradores de pescadería, charcutería y carnicería y de las secciones de panadería y cocina <i>in situ</i> , entre otros embalajes utilizados en nuestros centros para que el cliente se lleve el producto a casa.
Ratio de gramos de plástico convencional comercializados por unidad de venta en los envases de marca propia	Se calcula como el cociente entre los gramos de plástico convencional comercializados por unidad de venta de la marca propia en 2025 y 2020. En este sentido, se ha tenido en cuenta las unidades de productos con envase en la base de datos del proyecto de ecodiseño y los productos sin envase de la gama, para poder dimensionar el impacto de la potenciación de los graneles en nuestra marca propia.
Toneladas de plástico convencional evitadas al año gracias al ecodiseño de los envases de marca propia	Corresponden a la diferencia entre las ratios de kilogramos de plástico por unidad de cada año, multiplicada por el número de unidades de marca propia vendidas en 2025.
Número de envases de marca propia ecodiseñados	Se determina en función de la información disponible en la base de datos el proyecto de ecodiseño, que incluye un campo relativo a si

Parámetros	Metodología e hipótesis significativas
	<p>el envase ha sido ecodiseñado. Para que esté marcado como tal, se ha tenido que producir una mejora ambiental respecto a la versión anterior, por ejemplo, a través de una reducción de los materiales utilizados, uso de materiales más sostenibles (origen renovable o reciclado) o la mejora de su circularidad (mayor reusabilidad, reciclabilidad o compostabilidad).</p>
<p>Porcentaje de reciclabilidad de los envases de marca propia</p>	<p>Se calcula mediante metodología propia definida teniendo en cuenta los criterios de buenas prácticas de diseñar para reciclar definidos por ECOEMBES y la información de composición de los envases registrada en la base de datos del proyecto de ecodiseño. El cálculo se realiza por cada elemento que compone cada envase (por ejemplo, botella, tapón, bandeja, <i>film</i>, etc.), teniendo en cuenta la reciclabilidad teórica del material del que está compuesto según las instalaciones de reciclaje disponibles en España. Después, se aplican criterios penalizadores en función de aspectos de su diseño que dificultan su circularidad, como su color, uso de materiales multicapa, dimensiones, etc. Posteriormente, se calcula la reciclabilidad del envase total ponderando por peso las reciclabilidades de los elementos. El porcentaje de reciclabilidad en toda la gama se calcula ponderando por las unidades vendidas de cada envase.</p>
<p>Porcentaje de referencias reciclables (según PPWR)</p>	<p>A partir del mismo criterio de cálculo de reciclabilidad del parámetro anterior, se calcula el porcentaje de referencias de marca propia respecto al total de la base de datos de ecodiseño (3.860 productos) con envases que tengan una reciclabilidad calculada igual o mayor al 70%, que es límite que establece el Reglamento europeo 2025/40 de envases y residuos de envases como reciclable a 2030.</p>
<p>Toneladas de alimentos donados</p>	<p>Se estima en función del importe de PVP de los productos registrados como donados en nuestro sistema de control y la conversión de 1,85 euros = 1 kg, que nos ha proporcionado la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) para 2025 (1,75 euros = 1 kg en 2024).</p>
<p>Toneladas de excedentes textiles donados</p>	<p>Dato estimado según el número cajas entregados a la ONG y un peso estimado por caja de 15 kilogramos.</p>

En cuanto a las metas públicas establecidas por el Grupo EROSKI en relación con el uso de recursos y la economía circular, en nuestros nuevos 5 Compromisos Contigo a 2030 descritos en el apartado [1.1.3.1](#) sobre estrategia del capítulo 'NEIS 2 - Información general', hemos fijado estos retos:

- **Ecodiseñar nuestros envases para mejorar su circularidad:** nos comprometemos a que el 100% de nuestros productos de marca propia tengan envases reciclables según lo exigido en el Reglamento UE 2025/40 de envases y residuos de envases y a incorporar progresivamente más materiales de origen reciclado, tal como exige también la normativa.
- **Reducir el desperdicio alimentario mediante prevención, donaciones o transformación de excedentes:** nos comprometemos a cumplir con las exigencias de reducción del 50%

de desperdicio alimentario en nuestras operaciones, respecto a 2020, tal como exige la Ley 1/2025 de desperdicio alimentario. Para ello, contaremos con un sistema de gestión del desperdicio certificado externamente.

Estas metas sustituyen a las anteriormente definidas dentro de nuestros 10 Compromisos por la Salud y la Sostenibilidad, que se circunscribían a la mejora de nuestros envases y embalajes para, por un lado, minimizar la contaminación por plásticos de los ecosistemas marinos y terrestres, y, por otro, mejorar su circularidad y que puedan ser aprovechados de nuevo al final de su vida útil. Concretamente, contábamos con las metas voluntarias de:

- **Alcanzar una reducción del 20% del plástico convencional contenido en nuestros envases de marca propia en 2025 respecto a 2018.**

Este objetivo no se definió considerando pruebas científicas concluyentes, sino en función del estado del arte del sector de la distribución en el momento de su concreción. Hemos alcanzado el 15% de reducción en 2025, y seguiremos trabajando para su reducción, en el contexto de optimizar la eficiencia de los envases e incorporar más materiales secundarios o de origen renovable. Este reto requiere de la colaboración por parte de nuestra cadena de valor, ya que el Grupo EROSKI no fabrica ni envasa sus productos, sino que los selecciona de sus empresas proveedoras.

- **Conseguir que nuestros envases de marca propia sean 100% reciclables en 2025.**

Este objetivo se definió adelantando cinco años las exigencias previstas en la regulación de que todos los envases puestos en el mercado sean reciclables en 2030. Esta ambición respondía a un alineamiento con las mejores prácticas del sector de fabricación de alimentos y distribución en el momento de su definición (2018). Hemos alcanzado el 77,8% de reciclabilidad en 2025. Este reto requiere también de la colaboración de nuestras empresas proveedoras y, en gran medida, de los avances en mejoras de los sistemas de selección y reciclaje de los envases en España. Como se ha mencionado anteriormente, seguiremos trabajando en la mejora de la circularidad de nuestros envases como parte de nuestros 5 Compromisos Contigo a 2030.

El avance en estas metas se ha descrito en más detalle en la sección 'Envases de marca propia' incluido en el apartado [2.4.1.3](#) del presente capítulo.

En el Grupo EROSKI no hemos definido metas públicas cuantificables adicionales relacionadas con los IRO derivados del uso de recursos y la economía circular. Durante el ejercicio 2025, desde el Comité de Sostenibilidad hemos liderado un proceso interno orientado a definir los 20 objetivos estratégicos ESG del Grupo EROSKI, así como sus correspondientes indicadores de seguimiento. Este conjunto de objetivos ha sido aprobado por el Consejo Rector, reforzando nuestra hoja de ruta en materia de sostenibilidad para los próximos años.

Mientras tanto, en el Grupo EROSKI realizamos el seguimiento de la eficacia de nuestras políticas y actuaciones relacionadas con los impactos, riesgos y oportunidades en el uso de recursos y economía circular a través de los indicadores y parámetros cualitativos y cuantitativos explicados previamente en este capítulo, con espíritu de contribución en el avance de los ODS y en los retos recogidos en la 'Estrategia de la Granja a la Mesa' del Pacto Verde Europeo. Este seguimiento se lleva a cabo en los términos de nuestro modelo de gobierno de información de sostenibilidad (apartado [1.1.2.2](#) del capítulo 'NEIS 2 – Información general').

### 2.4.2.2. Entradas de recursos (E5-4)

#### Recursos utilizados en operaciones propias

Los recursos materiales que entran en nuestra organización para nuestras propias operaciones son principalmente:

- **Energía:** el consumo de energía se reporta en el apartado [2.2.4.2](#) del capítulo 'NEIS E1 - Cambio climático'.
- **Agua:** el consumo de agua se reporta en el apartado [2.3.2.2](#) del capítulo 'NEIS E3 - Recursos hídricos y marinos'.
- **Refrigerantes:** nuestras instalaciones frigoríficas y muebles de frío en tiendas requieren de materiales refrigerantes para su funcionamiento. La cantidad reportada corresponde a los datos aportados por los mantenedores de las instalaciones para compensar las fugas que se hayan producido en el ejercicio. Esas fugas están recogidas como emisiones directas (alcance 1) de nuestra huella de carbono.

Tabla 45. Refrigerantes (toneladas)

	2025	2024	%2025/2024
R-448	25,10	27,12	-7,46%
R-449	3,47	3,16	9,74%
Glicol	0,62	2,22	-72,00%
R-450	2,63	1,91	37,70%
R-442	0,25	1,82	-86,09%
Otros	7,74	4,89	58,33%
<b>Total</b>	<b>39,81</b>	<b>41,12</b>	<b>-3,18%</b>

- **Papel:** utilizamos este material en los tiques de compra de nuestras tiendas, en los folletos publicitarios, las revistas EROSKI Club, EROSKI Consumer y CAPRABO Sabor, y como material de oficina en las sedes.

Tabla 46. Papel (toneladas)

	2025	2024	%2025/2024
Folletos de publicidad	2.035	2.701	-24,64%
Tiques compra	423	444	-4,69%
Revistas	257	8	6,22%
Sede	8	242	-20,94%
<b>Total</b>	<b>2.721</b>	<b>3.396</b>	<b>-19,87%</b>

#### Compras de productos

En relación con los productos y sus envases que vendemos, el Grupo EROSKI no fabrica dichas mercancías, sino que se encarga únicamente de su adquisición a empresas proveedoras aguas arriba en su cadena de valor y de su posterior distribución a las personas consumidoras y empresas franquiciadas.

No disponemos de información sobre la cantidad y tipo de materiales utilizados en la fabricación de los más de 130.000 artículos diferentes comercializados, que incluyen también marcas de fabricante. Por tanto, la información presentada a continuación corresponde a las toneladas totales de los productos comprados para su comercialización y cuyo impacto se incluye en la categoría 3.1. del alcance 3 de nuestra huella de carbono, reportada en el apartado [2.2.4.3](#) del capítulo 'NEIS E1 – Cambio climático'. El dato corresponde a las unidades totales compradas multiplicadas por el peso neto de cada referencia, según datos registrados en nuestros sistemas de información o a pesos estimados en el caso de los productos de FORUM SPORT.

Tabla 47. Productos comprados (toneladas)

	2025	2024	% 2025/2024
Alimentos	1.519.805	2.017.430	-24,67%
Droguería, perfumería e higiene	117.312	159.054	-26,24%
Carburante	95.476	106.599	-10,44%
Consumibles	12.684	13.449	-5,68%
Aparatos eléctricos y electrónicos	3.842	4.482	-14,28%
Textil y calzado	3.168	2.701	17,26%
Otros productos	13.546	13.381	1,23%
<b>Total</b>	<b>1.765.833</b>	<b>2.317.097</b>	<b>-23,79%</b>

Con el objetivo de ampliar progresivamente la información de que disponemos sobre los recursos utilizados en nuestra cadena de valor, desde el Grupo EROSKI hemos llevado a cabo en el pasado distintos proyectos de innovación para realizar análisis de ciclo de vida de varios de nuestros productos de marca propia y, a medida que las exigencias de reporte vayan aplicando a los agentes de nuestra cadena de valor, podremos completar progresivamente la información sobre el consumo de recursos derivado de nuestra actividad.

### Envases y embalajes

En lo relativo a envases, actualmente contamos con información de las bolsas de caja, los embalajes de tienda y los envases de nuestra marca propia incluidos dentro de nuestro proyecto de ecodiseño. Las bolsas de caja y los embalajes de envasado en tienda están incluidas ya en el bloque 'Consumibles' de la tabla anterior de 'Productos comprados', pero se detallan aquí también para concretar más información sobre su composición.

Tabla 48. Envases y embalajes (unidades)

	2025	2024	Año base <sup>1</sup>	% 2025/2024	% 2025/ Año base
Bolsas de caja	92.251.845	90.275.311	114.454.165	2,19%	-19,40%
Embalajes de envasado en tienda	323.053.195	299.738.135	673.579.321	7,78%	-52,04%
Envases de marca propia	662.763.986	665.264.520	629.992.279	-0,38%	5,20%
<b>Total</b>	<b>1.078.069.026</b>	<b>1.055.277.966</b>	<b>-</b>	<b>2,16%</b>	<b>-</b>

<sup>1</sup> 2018 para bolsas de caja y embalajes de envasado en tienda. 2020 para envases de marca propia. Por eso no se da el total agregado.

Tabla 49. Envases y embalajes (toneladas)

	2025	%	2024	%2025/2024
<b>Plástico</b>	<b>12.532</b>	<b>41,60%</b>	<b>12.366</b>	<b>1,34%</b>
Bioplástico	721	2,39%	864	-16,55%
Plástico reciclado	3.755	12,47%	3.709	1,24%
Plástico convencional	8.056	26,74%	7.793	3,37%
<b>Papel/cartón</b>	<b>6.297</b>	<b>20,91%</b>	<b>6.089</b>	<b>3,42%</b>
Papel/cartón reciclado	2.845	9,44%	2.529	12,48%
Papel/cartón virgen	3.453	11,46%	3.560	-3,01%
<b>Metales</b>	<b>2.546</b>	<b>8,45%</b>	<b>2.551</b>	<b>-0,19%</b>
<b>Vidrios</b>	<b>8.571</b>	<b>28,46%</b>	<b>9.282</b>	<b>-7,66%</b>
<b>Otros materiales</b>	<b>174</b>	<b>0,58%</b>	<b>170</b>	<b>2,49%</b>
<b>Total</b>	<b>30.121</b>	<b>100,00%</b>	<b>30.458</b>	<b>-1,11%</b>

Tabla 50. Materiales utilizados en bolsas de caja (toneladas)

	2025	%	2024	Año base 2018	% 2025/2024	% 2025/2018
<b>Plástico</b>	<b>2.779</b>	<b>98%</b>	<b>2.656</b>	<b>3.418</b>	<b>4,63%</b>	<b>-18,69%</b>
Bioplástico	89	3%	93	5	-4,47%	1.676,79%
Plástico reciclado	1.674	59%	1.576	1.449	6,24%	15,55%
Plástico convencional	1.016	36%	987	1.963	2,92%	-48,25%
<b>Papel/cartón</b>	<b>65</b>	<b>2%</b>	<b>60</b>	<b>0,3</b>	<b>7,57%</b>	<b>21.413,33%</b>
<b>Total</b>	<b>2.844</b>	<b>100%</b>	<b>2.716</b>	<b>3.418</b>	<b>4,70%</b>	<b>-16,81%</b>

Tabla 51. Materiales de embalajes de envasado en tienda (toneladas)

	2025	%	2024	Año base 2018	% 2025/2024	% 2025/2018
<b>Plástico</b>	<b>1.678</b>	<b>65,81%</b>	<b>1.688</b>	<b>1.775</b>	<b>-0,58%</b>	<b>-5,45%</b>
Bioplástico	616	8,88%	755	-	-18,47%	-
Plástico reciclado	344	9,61%	425	132	-19,09%	160,49%
Plástico convencional	719	47,33%	508	1.642	41,49%	-56,23%
<b>Papel/cartón</b>	<b>1.106</b>	<b>34,16%</b>	<b>878</b>	<b>938</b>	<b>26,01%</b>	<b>17,95%</b>
Papel/cartón reciclado	83	0,02%	-	-	-	-
Papel/cartón virgen	1.023	34,15%	878	938	16,55%	9,09%
<b>Metales</b>	<b>-</b>	<b>0,00%</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>-100,00%</b>	<b>-</b>
<b>Otros materiales</b>	<b>1</b>	<b>0,02%</b>	<b>-</b>	<b>59</b>	<b>-</b>	<b>-98,31%</b>
<b>Total</b>	<b>2.786</b>	<b>100,00%</b>	<b>2.568</b>	<b>2.713</b>	<b>8,47%</b>	<b>2,67%</b>

Tabla 52. Materiales utilizados en los envases de marca propia (toneladas)

	2025	%	2024	Año base 2020	% 2025/2024	% 2025/2020
<b>Plástico</b>	<b>8.074</b>	<b>32,97%</b>	<b>8.022</b>	<b>8.229</b>	<b>0,65%</b>	<b>-1,88%</b>
Bioplástico	17	0,07%	16	20	6,25%	-15,00%
Plástico reciclado	1.737	7,09%	1.708	1.257	1,69%	38,18%
Plástico convencional	6.321	25,81%	6.298	6.952	0,37%	-9,08%
<b>Papel/cartón</b>	<b>5.127</b>	<b>20,93%</b>	<b>5.151</b>	<b>10.383</b>	<b>-0,47%</b>	<b>-50,63%</b>
Papel/cartón reciclado	2.761	11,28%	2.529	5.469	9,19%	-49,51%
Papel/cartón virgen	2.365	9,66%	2.622	4.913	-9,80%	-51,86%
<b>Metales</b>	<b>2.546</b>	<b>10,40%</b>	<b>2.549</b>	<b>2.813</b>	<b>-0,12%</b>	<b>-9,49%</b>
<b>Vidrios<sup>1</sup></b>	<b>8.571</b>	<b>35,00%</b>	<b>9.282</b>	<b>10.376</b>	<b>-7,66%</b>	<b>-17,39%</b>
<b>Otros materiales</b>	<b>173</b>	<b>0,71%</b>	<b>170</b>	<b>218</b>	<b>1,76%</b>	<b>-20,64%</b>
<b>Total</b>	<b>24.492</b>	<b>100,00%</b>	<b>25.174</b>	<b>32.019</b>	<b>-2,71%</b>	<b>-23,51%</b>

<sup>1</sup> No disponemos de información sobre el porcentaje de vidrio reciclado en los envases de ese material, por lo que no se considera a la hora de reportar este parámetro.

Además de los datos anteriores, también se han reutilizado envases logísticos, evitando el consumo de materias primas.

Tabla 53. Envases logísticos reutilizados (unidades)

	2025	2024	% 2025/2024
Palés	5.628.300	5.241.677	7,38%
Cajas plásticas	45.632.700	44.433.939	2,70%
<b>Total</b>	<b>51.261.000</b>	<b>49.675.616</b>	<b>3,19%</b>

### 2.4.2.3. Salidas de recursos (E5-5)

#### Productos y materiales

Debido a que no acumulamos stocks significativos entre ejercicios, equiparamos la información relativa a los productos comercializados con los comprados, que se han presentado en el apartado [2.4.2.2](#) del presente capítulo. De igual modo, la información que conocemos relativa a los envases puestos en el mercado está incluida también en ese apartado. Por otro lado, el porcentaje promedio de reciclabilidad de esos envases de marca propia (77,8%), se describe en la sección sobre envases de marca propia del apartado [2.4.1.3](#) del presente capítulo.

#### Residuos

La mayoría de los residuos que gestionamos directamente son residuos no peligrosos (99,83%), compuestos tanto por materiales inorgánicos (79,35%), que provienen principalmente tanto de los residuos de envases comerciales de papel, cartón, plástico y madera, como de los residuos orgánicos (20,65%), que no se han podido evitar con las acciones de nuestro Plan de Actuación

contra el Desperdicio Alimentario. Existe también una pequeña fracción de residuos peligrosos (0,17%) que proviene de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE), como equipos informáticos, frigoríficos, etc., baterías y tubos fluorescentes. Además, en nuestro negocio de gasolineras generamos residuos derivados de su limpieza y mantenimiento, por ejemplo, absorbentes contaminados, filtros, aerosoles, aceite de taller o lodos.

Tabla 54. Residuos (toneladas)

	2025	2024	% 2025/2024
<b>Residuos valorizados</b>	<b>41.387</b>	<b>40.144</b>	<b>3,10%</b>
<b>No peligrosos</b>	<b>41.338</b>	<b>40.101</b>	<b>3,08%</b>
Reutilizados	-	25	-100,00%
Reciclados <sup>1</sup>	35.861	9.810	265,57%%
Otras operaciones	5.477	30.267	-81,91%
Operaciones de preparación para el reciclado	2.015	29.767	-93,23%
Otras operaciones de valorización	3.462	500	592,87%
<b>Peligrosos</b>	<b>49</b>	<b>43</b>	<b>15,10%</b>
Reutilizados	-	-	-
Reciclados	1	4	-73,94%
Otras operaciones	48	39	23,07%
Operaciones de preparación para el reciclado	48	37	28,36%
Otras operaciones de valorización	-	2	-100,00%
<b>Residuos eliminados</b>	<b>548</b>	<b>484</b>	<b>13,29%</b>
<b>No peligrosos</b>	<b>528</b>	<b>463</b>	<b>14,04%</b>
Incineración	-	135	-100,00%
Vertedero	504	305	65,08%
Otras operaciones	24	23	5,00%
<b>Peligrosos</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>-3,28%</b>
Incineración	-	-	-
Vertedero	-	-	-
Otras operaciones	20	21	-3,28%
<b>Total residuos gestionados</b>	<b>41.935</b>	<b>40.628</b>	<b>3,22%</b>

<sup>1</sup> Incluye las 6.219 toneladas de subproductos de origen animal (SANDACH) y otros subproductos orgánicos (pan, etc.) que se han utilizado para la fabricación de aceites y harinas de origen animal y piensos para alimentación animal.

De las 41.935 toneladas que hemos gestionado directamente con gestor autorizado en las tiendas o por logística inversa, el 90,44% se ha reciclado o tratado con operaciones de preparación para el reciclado. Del resto, un 8,26% ha tenido otras operaciones de valorización, como por ejemplo producción energética, y un 1,30% se ha eliminado. Esto hace que los residuos clasificados en operaciones distintas a 'reciclado' en el ejercicio de referencia hayan sido el 14,48%.

La clasificación del tratamiento de los residuos gestionados mostrada anteriormente, que sigue las categorías especificadas en el estándar NEIS E5 - Uso de los Recursos y Economía Circular, se ha realizado según la información de operaciones de tratamiento aportada por los gestores de residuos con los que trabajamos, considerando como 'Otras operaciones' lo detallado en la siguiente tabla.

Tabla 55. Tipos de tratamientos de residuos considerados como 'Otras operaciones'

Clasificación	Tipo de tratamiento considerado
<b>Valorización</b>	
<b>Residuos no peligrosos</b>	
Otras operaciones de preparación para el reciclado	<ul style="list-style-type: none"> <li>Almacenamiento de residuos en espera de cualquiera de las operaciones numeradas de R1 a R12 (excluido el almacenamiento temporal, en espera de recogida, en el lugar donde se produjo el residuo).</li> <li>Intercambio de residuos para someterlos a cualquiera de las operaciones enumeradas de R1 a R11. Quedan aquí incluidas operaciones previas a la valorización, incluido el tratamiento previo, previas a cualquiera de las operaciones enumeradas de R1 a R11.</li> <li>Clasificación de residuos (para algunos códigos LER).</li> <li>Almacenamiento de residuos en el ámbito de la recogida.</li> </ul>
Otras operaciones de valorización	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilización principal como combustible u otro modo de producir energía.</li> <li>Tratamiento mecánico (tritución, fragmentación, corte, compactación, etc.).</li> <li>Utilización principal como combustible en instalaciones de incineración de residuos (combustión).</li> <li>Clasificación de residuos (para algunos códigos LER).</li> <li>Desmontaje y separación de los distintos componentes de los residuos, incluida la retirada de sustancias peligrosas.</li> </ul>
<b>Residuos peligrosos</b>	
Otras operaciones de preparación para el reciclado	<ul style="list-style-type: none"> <li>Almacenamiento de residuos en espera de cualquiera de las operaciones numeradas de R1 a R12 (excluido el almacenamiento temporal, en espera de recogida, en el lugar donde se produjo el residuo).</li> <li>Intercambio de residuos para someterlos a cualquiera de las operaciones enumeradas de R1 a R11. Quedan aquí incluidas operaciones previas a la valorización, incluido el tratamiento previo, previas a cualquiera de las operaciones enumeradas de R1 a R11.</li> </ul>
<b>Eliminación</b>	
<b>Residuos no peligrosos</b>	
Otras operaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>Almacenamiento en el ámbito del tratamiento.</li> <li>Almacenamiento en espera de cualquiera de las operaciones numeradas D1 a D14 excluido el almacenamiento temporal en espera de recogida en el lugar en que se produjo el residuo.</li> </ul>
<b>Residuos peligrosos</b>	
Otras operaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tratamiento físico-químico no especificado en otros apartados del presente anexo y que dé como resultado compuestos o mezclas que se eliminen mediante uno de los procedimientos numerados D1 a D12.</li> </ul>

Clasificación	Tipo de tratamiento considerado
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Almacenamiento en espera de cualquiera de las operaciones numeradas D1 a D14 excluido el almacenamiento temporal en espera de recogida en el lugar en que se produjo el residuo.</li><li>• Almacenamiento de residuos, en el ámbito de la recogida.</li><li>• Reenvasado de residuos previo a su eliminación mediante cualquiera de las operaciones numeradas D1 a D13.</li><li>• Reenvasado previo a cualquiera de las operaciones numeradas D1 a D13.</li><li>• Tratamiento físico-químico de residuos líquidos, sólidos y pastosos por filtración, cribado, coagulación/floculación, oxidación/reducción, precipitación, decantación/centrifugación, neutralización, destilación, extracción.</li></ul>

## 2.5. Biodiversidad

Trabajamos para minimizar el impacto ambiental e impulsar medidas que preserven la biodiversidad a través de iniciativas como la pesca sostenible, que se detalla en el apartado [2.3.1.3](#) del capítulo 'NEIS E3 - Recursos hídricos y marinos', o la colaboración desde 2007 con entidades focalizadas en la conservación ambiental como WWF (World Wide Fund for Nature).

Entre nuestras acciones de 2025, cabe destacar que hemos colaborado a través del Programa Céntimos Solidarios con las siguientes iniciativas:

- Programa RE-MAR de la entidad Amicos, que impulsa la educación medioambiental y la protección del espacio marino del arco atlántico gallego con la retirada de residuos en la playa.
- Programa Menorca Preservada de la Fundación para la Preservación de Menorca, que busca proteger, conservar y regenerar el entorno natural de la Reserva de la Biosfera de Menorca.
- Proyecto Rius, de la Associació Hàbitats, que nace en el Departamento de Ecología de la Universidad de Barcelona y consiste en acciones de voluntariado ambiental para el análisis, seguimiento y mejora de los ecosistemas fluviales.
- Limpieza de costas de la Fundación ECOMAR, que busca la concienciación de los escolares en una gestión de los residuos para la protección de las costas españolas.
- Proyecto Bosques y humedales españoles de WWF, para realizar actuaciones de recuperación y conservación de los humedales mediterráneos y de restauración forestal en zonas de alto valor degradadas por los incendios.

Asimismo, nos hemos sumado a la VI Gran Limpieza de Fondos realizada en el marco del XII Festival Mar de Mares. Además, hemos continuado con la promoción de un consumo más responsable entre las personas consumidoras a través de nuestra Escuela de Alimentación y del proyecto informativo EROSKI Consumer, que se presentan en el apartado [3.3.2.4](#) del capítulo 'NEIS S4 - Consumidores y usuarios finales'.

También reforzamos este compromiso con la promoción de diversas certificaciones, etiquetas y marcas que garanticen producciones más respetuosas con el medio ambiente, el bienestar animal y la biodiversidad terrestre y marina, tal y como se detalla en el apartado [2.4.1.3](#) del capítulo 'NEIS E5 - Uso de los recursos y economía circular'.

Respecto al impacto en la biodiversidad de nuestros centros, todos se encuentran situados en zonas urbanas, fuera por tanto de zonas de elevada biodiversidad. Esto, unido al cumplimiento de la legislación ambiental relativo a la ubicación de los puntos de venta, garantiza un adecuado desarrollo de nuestra actividad y minimiza los impactos negativos en la vida silvestre.

A cierre del ejercicio de 2025, 124 de nuestras 1.490 tiendas a nivel nacional se encuentran en alguna de las figuras de protección detalladas a continuación. Las comunidades autónomas con mayor número de tiendas en zonas protegidas son Galicia, Andalucía, Cataluña y Baleares.

Tabla 56. Número de establecimientos en zonas protegidas

	N.º de tiendas en zonas protegidas	Red Natura 2000	Espacio natural protegido	Áreas importantes para la conservación de las aves y la biodiversidad en España	Reserva de la Biosfera	Inventario español de zonas húmedas
Andalucía	17	✓	✓	✓	✓	
Aragón	8	✓		✓	✓	
Cantabria	2			✓		
Castilla-La Mancha	2			✓	✓	
Castilla y León	7	✓		✓		
Cataluña	15			✓	✓	
Extremadura	3			✓		
Galicia	38			✓	✓	✓
Islas Baleares	14	✓		✓	✓	
Madrid	4	✓		✓		
Navarra	2		✓	✓		
País Vasco	12	✓	✓	✓	✓	
<b>Total</b>	<b>124</b>					

## 3. Pilar social

### 3.1. NEIS S1 – Personal propio

#### 3.1.1. Estrategia

##### 3.1.1.1. Intereses y opiniones de las partes interesadas (NEIS 2 SBM-2)

En el Grupo EROSKI involucramos a los grupos de interés internos –personas socias trabajadoras y personas trabajadoras– en los procesos de toma de decisiones, ya que lo consideramos un aspecto básico para poder desarrollar nuestra responsabilidad social y gestionar adecuadamente nuestros impactos. En coherencia con esta vocación, nos esforzamos por conocer sus expectativas, intereses y opiniones de cara a reforzar nuestro compromiso con la satisfacción de sus necesidades. Para ello, contamos con mecanismos de comunicación específicos que permiten recoger y canalizar las cuestiones y preocupaciones clave de cada grupo de interés.

Tabla 57. Mecanismos de comunicación con el personal propio

Grupo de interés	Mecanismo de comunicación y colaboración	Cuestiones y preocupaciones clave	Resultados de la colaboración
Personas trabajadoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicación Nexo.</li> <li>• Intranets: Prisma, ForumNet.</li> <li>• Actas.</li> <li>• Comunicaciones en sede.</li> <li>• Entrevistas de evaluación.</li> <li>• Encuestas de cultura laboral.</li> <li>• Auditorías.</li> <li>• Canales internos de información.</li> <li>• Tablones de anuncios.</li> <li>• Comité de Salud y Seguridad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplimiento normativo.</li> <li>• Protección de datos.</li> <li>• Salud y seguridad en el trabajo.</li> <li>• Empleo.</li> <li>• Conciliación.</li> <li>• Anticorrupción.</li> <li>• Gestión ética y responsable.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualización de normativas internas.</li> <li>• Planes de mejora.</li> <li>• Mejoras en condiciones laborales.</li> <li>• Mejoras en la comunicación.</li> </ul>
Personas socias trabajadoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Órganos de participación societaria.</li> <li>• Manual de acogida.</li> <li>• Mecanismos propios de las personas trabajadoras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestiones inherentes a las personas trabajadoras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resultados inherentes a las personas trabajadoras.</li> </ul>

Los intereses, opiniones y derechos de las personas trabajadoras del Grupo EROSKI se tienen en cuenta a través de distintos canales, entre ellos la propia cadena de mando, los órganos de representación societaria y los Comités de Salud y Seguridad.

Tal y como se describe en el apartado [1.1.2.1](#) del capítulo 'NEIS 2 – Información general', en Eroski, S. Coop. contamos con el Consejo Social, un órgano consultivo del Consejo Rector a través del cual se recibe y traslada información a las personas socias trabajadoras. El Consejo Social está compuesto por 16 personas socias trabajadoras y actúa como canal de comunicación estructurado dentro de la organización.

El Consejo Social, a su vez, mantiene una interlocución continua con las Comisiones Delegadas, que mediante las reuniones de centro informan a las personas socias trabajadoras sobre los aspectos societarios relevantes y recogen sus opiniones, dudas o sugerencias sobre cuestiones clave.

Las preocupaciones trasladadas por las personas socias trabajadoras a través de los órganos citados anteriormente se resuelven directamente en el Consejo Social, que informa mensualmente al Consejo Rector sobre sus actuaciones. En función de la naturaleza y relevancia de cada asunto trasladado, y con el fin de garantizar su adecuada gestión y seguimiento, el Consejo Rector puede decidir su inclusión en el Plan de Gestión o en el Plan Estratégico del Grupo.

Los Comités de Seguridad y Salud están integrados de forma paritaria por representantes de las personas trabajadoras (delegadas de prevención) y por representantes de la empresa. Entre sus funciones más relevantes se encuentra la promoción de iniciativas relacionadas con métodos y procedimientos para la prevención efectiva de riesgos laborales, así como la propuesta de mejoras de las condiciones de trabajo y la corrección de posibles deficiencias existentes. Todas las personas trabajadoras están representadas a través de estos Comités, que ejercen las responsabilidades establecidas en la normativa vigente en materia de prevención de riesgos laborales. Mediante la participación de las personas delegadas de prevención, se abordan cuestiones de interés del colectivo relacionadas con la seguridad y la salud en el trabajo, tales como la accidentabilidad, la planificación preventiva, la formación en prevención de riesgos laborales, las campañas de prevención, la implantación de nuevos procedimientos de trabajo o la vigilancia de la salud, entre otras.

Los Planes de Prevención del Grupo y, en su caso, los reglamentos de funcionamiento de los Comités, detallan los procesos de participación de las personas trabajadoras, su composición y los temas a tratar. Actualmente, contamos con 43 Comités de Seguridad y Salud, que se reúnen de forma ordinaria cada tres meses y, adicionalmente, siempre que exista una petición justificada para ello por cualquiera de las partes.

En el Grupo EROSKI remarcamos nuestro compromiso y respeto de los derechos humanos en todas las actividades, así como los convenios de la OIT con relación a las prácticas laborales, tal y como se establece en la Política de Derechos Humanos del Grupo aprobada por el Consejo Rector en febrero de 2025 y descrita en el apartado [3.1.2.1](#) del presente capítulo.

### **3.1.1.2. Impactos, riesgos y oportunidades materiales y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio (NEIS 2 SBM-3)**

Las personas trabajadoras del Grupo EROSKI constituyen un grupo de interés prioritario desde una perspectiva social, operativa y organizativa, al mantener una relación laboral directa con

la empresa y contribuir al funcionamiento diario, la calidad del servicio y la ejecución de la estrategia. Se trata de un colectivo amplio y heterogéneo, presente en distintas sociedades, formatos, centros y funciones, con expectativas diferentes en función del puesto, la antigüedad, el tipo de contrato, la localización o la etapa vital. Entre sus preocupaciones destacan la estabilidad en el empleo, unas condiciones de trabajo adecuadas, la salud y seguridad laboral, la conciliación, la equidad, la formación y las oportunidades de desarrollo. Esta información se amplía en la [Tabla 57](#) del apartado anterior.

Todas las personas que integran el personal propio del Grupo EROSKI se incluyen en el alcance de este informe y pueden verse afectadas por los impactos positivos y negativos, los riesgos y las oportunidades materiales descritos en el apartado [1.1.3.3](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general'. En relación con el personal propio en Grupo EROSKI consideramos los siguientes dos grandes colectivos:

- **Personas trabajadoras asalariadas:** corresponden a la plantilla propia del Grupo EROSKI y son aquellas personas que mantienen una relación laboral con cualquiera de las sociedades del Grupo en los distintos puntos de venta, plataformas logísticas o sedes. Este colectivo incluye tanto el personal fijo como el personal eventual, ya sea a tiempo completo o parcial así como a las personas socias trabajadoras que forman parte de la sociedad matriz Eroski, S. Coop.  
A fecha de 31 de enero 2026 en el Grupo EROSKI contamos con un total de 28.203 personas trabajadoras (27.625 en el ejercicio 2024). Se detalla más información en el apartado [3.1.3.2](#) del presente capítulo.
- **Personas trabajadoras no asalariadas:** en el Grupo EROSKI, el personal propio no asalariado está integrado exclusivamente por las personas facilitadas directamente por empresas de trabajo temporal (ETT). Estos trabajadores no forman parte de la plantilla de la empresa, sino que son contratadas por las ETT para cubrir necesidades temporales o específicas de personal.  
A cierre del ejercicio 2025 contamos con 73 personas consideradas como personal propio no asalariado (32 personas a cierre del ejercicio 2024).

El resto de los trabajadores de empresas terceras que, a pesar de no mantener relación laboral con el Grupo EROSKI sí forman parte de nuestra cadena de valor, los incorporamos en la 'NEIS S2 Trabajadores de la cadena de valor'. Para mayor concreción de los mismo consultar el apartado [3.2.1.2](#) de dicho capítulo.

### Impactos, riesgos y oportunidades que afectan al personal propio

Como parte del proceso de análisis de doble materialidad, en el Grupo EROSKI hemos llevado a cabo una evaluación de los impactos positivos y negativos, así como de los riesgos y oportunidades relacionadas con el personal propio (consultar apartado [1.1.3.3](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general'). Los resultados de este análisis sirven de base para la toma de decisiones del Comité de Sostenibilidad y para su integración en la estrategia y modelo de negocio del Grupo, tal como se refleja en uno de nuestros Compromisos Contigo a 2030: Satisfacer y desarrollar a las personas trabajadoras.

A continuación, describimos brevemente algunas de las actividades llevadas a cabo durante el ejercicio 2025 que dan lugar a los impactos positivos identificados en el análisis de doble materialidad.

- Aplicación de la normativa de desconexión digital para respetar el tiempo de descanso, permisos y vacaciones, así como la intimidad personal y familiar.
- Implantación de la semana de cinco días en las tiendas de la zona norte.
- Colaboramos con entidades sociales (Cáritas, Once, Cruz Roja, Fundación Integra y otras) para diseñar itinerarios de empleo que responden a las necesidades de personas en riesgo de exclusión.
- Organizamos campañas de sensibilización, como las del Día Internacional de la Mujer, Día Internacional del Orgullo LGTBI y el Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer, contribuyendo a generar una cultura corporativa más igualitaria.
- Publicación de la Memoria Anual 2024 de Igualdad de Género.
- Programas formativos relacionados con el bienestar y la salud de las personas trabajadoras.

Todas las actividades mencionadas afectan positivamente tanto al personal asalariado como al personal no asalariado. En el apartado [3.1.2.4](#) del presente capítulo se desarrolla más detalle sobre las actuaciones relacionadas con el personal propio.

Asimismo, durante el proceso de análisis de doble materialidad hemos identificado un impacto negativo potencial en relación con nuestro personal: violencia o acoso por discriminación (racial, de género o sexual) en el entorno de trabajo. Consideramos que en caso de materializarse sería de carácter puntual e individualizado. No obstante, para reparar cualquier posible incidencia negativa, disponemos de canales de reclamación y protocolos de actuación que se describen posteriormente en el apartado [3.1.2.3](#) de este capítulo.

Tal y como se explica en el apartado [2.2.2.1](#) del capítulo 'NEIS E1 - Cambio climático', las actuaciones previstas en el plan de transición para reducir los impactos negativos en el medio ambiente y alcanzar los objetivos de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, no implican actualmente impactos significativos en el personal propio del Grupo EROSKI.

En la evaluación de los IRO también se han tenido en cuenta aquellos grupos de personas específicos dentro del personal propio que, por trabajar en contextos determinados, realizar actividades particulares o contar con características específicas, puedan verse afectados negativamente:

- **Personal de centros logísticos y tiendas:** teniendo en cuenta la información derivada de las evaluaciones de riesgos laborales, tanto generales como ergonómicas, las conclusiones de la vigilancia de la salud practicada a todo el colectivo, y las investigaciones de los accidentes ocurridos en el desarrollo del trabajo, concluimos que los grupos de personas trabajadoras que pueden verse más afectados por la exposición a los riesgos derivados del trabajo, son los que desarrollan la actividad de puesta de pedidos de alimentación y frutería en nuestros centros logísticos y, en el caso de puntos de venta, las actividades de las secciones de frutería y pescadería. En relación con estos puestos, además de las actuaciones generales relacionadas con el diseño de los puestos de trabajo, su adecuación ergonómica, como alturas o alcances, la

automatización de los procesos de trabajo y la dotación de medios mecánicos para la realización de determinadas tareas, también se llevan a cabo programas de salud musculoesquelética como fisioterapia preventiva, según metodología David, o salud integral, según metodología Ergoactiv.

- **Personal eventual:** los cambios legislativos en materia laboral pueden impactar en las estrategias de contratación y gestión de personal. La reciente regulación laboral nos impone límites más estrictos a la contratación de personal eventual, lo que dificulta la adaptación de nuestra organización a fluctuaciones en la demanda o a proyectos específicos.
- **Personal gestante o en periodo de lactancia:** a través de las evaluaciones de riesgos y los procedimientos de actuación con mujeres gestantes o en periodo de lactancia, se define la forma de actuar con este colectivo tal y como se establece en la Ley de Prevención de Riesgos Laborales y la guía SEGO.
- **Personal menor de edad:** en el Grupo establecemos, en su caso, protocolos de actuación incluidos en los Procedimientos de Vigilancia de la Salud que están dentro de los Sistemas de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales.

En el Grupo EROSKI no realizamos operaciones propias de la actividad en ningún país o zona geográfica donde los marcos regulatorios puedan derivar en riesgos de trabajo forzoso, obligatorio o infantil. Todas las sociedades que forman el Grupo operan exclusivamente bajo la legislación laboral española y bajo la normativa laboral europea. Asimismo, hemos revisado nuestros procesos laborales internos, así como de las distintas actuaciones en vigilancia y control realizadas por distintos organismos públicos, y hemos identificado que no existe:

- Dependencia del Grupo EROSKI de mano de obra contingente con poco o ningún acceso a la atención sanitaria y a prestaciones sanitarias.
- Explotación de trabajadores poco cualificados con protección mínima.
- Incumplimiento de horas trabajadas establecidas o descansos legales.
- Presión indebida para aceptar condiciones laborales.
- Imposición de contratos coercitivos o irregulares (falsos contratos formativos que restringen derechos laborales).
- Retención de documentación personal o de información contractual.
- Restricciones a la libertad de movimiento durante la jornada laboral.
- Imposición de gastos indebidos (uniformes o formación obligatoria sin compensación).
- Explotación de situaciones de vulnerabilidad mediante presión económica o amenazas sobre la estabilidad laboral.
- Uso indebido de contratos temporales para puestos permanentes y la asignación de tareas fuera del contrato sin compensación adecuada.

Consideramos de gran relevancia las auditorías internas periódicas que realizamos, de este modo conseguimos identificar si se produce alguna irregularidad, aun siendo de menor índole, y aseguramos que todas las personas trabajadoras y socias trabajadoras cumplimos con la Política de Derechos Humanos y resto de políticas relacionadas con personal propio que tenemos aprobadas en el Grupo EROSKI. Para mayor detalle ver el apartado [3.1.2.1](#) de este capítulo.

### 3.1.2. Gestión de impactos, riesgos y oportunidades

#### 3.1.2.1. Políticas relacionadas con el personal propio (S1-1)

Nuestro Código de Conducta es la base sobre la que se vertebra el conjunto de prácticas y políticas corporativas vinculadas con las personas trabajadoras, permitiéndonos gestionar los impactos, riesgos y oportunidades materiales conexos.

- Política de Derechos Humanos
- Política de Igualdad, Diversidad e Inclusión
- Política de Prevención de Riesgos Laborales
- Política de Retribución
- Política de Conducta Empresarial y Cultura Corporativa
- Política Anticorrupción
- Política del Sistema Interno de Información y Defensa del Informante
- Política de Gobierno Corporativo
- Política de Prevención y Gestión de Conflictos de Intereses
- Política de Cumplimiento Normativa Penal
- Política de Seguridad de la Información

#### Nuestro compromiso con los derechos humanos

Nos comprometemos a que el marco de políticas que salvaguarda a todas las personas trabajadoras que desempeñen funciones dentro del Grupo EROSKI cumpla con las Directrices de la OCDE para las Empresas Multinacionales y los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos, incluidos los principios y derechos establecidos en los ocho convenios fundamentales de la OIT. Estos principios quedan recogidos en las siguientes políticas:

#### Política de Derechos Humanos

La Política de Derechos Humanos tiene como objetivo recoger los compromisos del Grupo EROSKI en relación con el respeto y la promoción de los derechos humanos de los grupos de interés con los que nos relacionamos. Asimismo, esta Política describe el modelo de gobierno asociado a la supervisión del cumplimiento de dichos compromisos, así como las principales medidas de control implementadas en el Grupo EROSKI para la prevención y gestión de posibles efectos adversos en este ámbito.

En el Grupo EROSKI promovemos igualmente que nuestros socios comerciales y otros colaboradores, desarrollen sus actividades garantizando el respeto a los derechos humanos, de acuerdo con la normativa y convenios internacionales mencionados, así como lo establecido en la presente Política.

El Consejo Rector, como órgano superior de gobierno, es responsable último de asegurar las medidas de control necesarias para garantizar el respeto a los derechos humanos.

A través de los siguientes compromisos, el Grupo EROSKI promueve el respeto de los derechos humanos de todas las personas y, especialmente, de los siguientes colectivos: personal propio,

personal de trabajadores de la cadena de valor, pueblos indígenas y personas consumidoras y usuarias finales:

- No discriminación e inclusión, igualdad de oportunidades y desarrollo profesional.
- Salud y seguridad en el trabajo y condiciones laborales.
- Libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva.
- Rechazar el trabajo forzoso, esclavitud y trabajo infantil.
- Respetar la privacidad y protección de datos.
- Promover prácticas comerciales sostenibles y éticas.
- Respetar los derechos, valores, culturas y tradiciones de las comunidades en las que operamos con nuestra actividad.
- Productos seguros y saludables.
- Luchar contra la corrupción y el blanqueo de capitales.
- Defensa de la competencia.
- Responsabilidad fiscal.

### Política de Retribución

La política contiene las orientaciones a seguir en materia retributiva y la definición conceptual de la retribución, en base al Modelo de Valoración del Grupo EROSKI, incluyendo además el desarrollo normativo de la aplicación retributiva y su actualización anual.

Esta política está constituida por el conjunto de criterios que pretenden dar respuesta y garantizar, la coherencia con la orientación estratégica y las características del modelo organizativo del Grupo empresarial.

El Consejo Rector es el órgano encargado de garantizar y vigilar su desarrollo en el tiempo, así como de aprobar las normativas de aplicación de cada sociedad y decidir como órgano de recurso sobre la valoración de puestos.

Esta política se rige por los siguientes principios o compromisos:

- **Equidad interna:** estableciendo una relación clara, comprensible y asumida por todas las personas entre el contenido organizativo de las ocupaciones de trabajo y la retribución asociada a las mismas.
- **Solidaridad retributiva:** el abanico retributivo existente entre las ocupaciones de mayor contenido organizativo y aquellas de contenido menor, será inferior al del mercado.
- **Competitividad externa:** la retribución deberá tener en cuenta los niveles de distribución más generalizados en las empresas del sector con el fin de permitir la captación y la retención de los recursos humanos necesarios.
- **Contribución diferencial:** la retribución debiera reconocer a cada persona en función de su contribución al bien y desarrollo de la empresa.
- **Flexibilidad:** la retribución debe ser adaptable y flexible a la realidad jurídica y desarrollo organizativo del Grupo, así como a los posibles cambios en el sector y en el entorno.

Según esta relación de políticas y, tal como se ha reflejado en el apartado [1.2.4](#) del capítulo 'NEIS 2 – Información general', nuestro compromiso con la defensa de los derechos humanos, incluidos los derechos laborales, tiene como objetivo el incorporar una conducta empresarial

responsable, así como, detectar y erradicar cualquier posible conducta irregular en derechos humanos. En este sentido, en el Grupo EROSKI disponemos de medidas de reparación a nuestras personas trabajadoras por posibles impactos relativos a los derechos humanos o de cualquier otra índole.

A este respecto, en el Grupo EROSKI contamos con Canales Internos de Información dotados de la debida protección al informante y confidencialidad. Estos son accesibles a través de una plataforma online y disponible en la página web corporativa, para que cualquier persona trabajadora pueda reportar y poner en conocimiento del responsable Interno de Información, irregularidades y comportamientos contrarios al marco legal vigente, a los Códigos de Conducta y los principios éticos del Grupo que no estén dentro del marco de cumplimiento normativo. A fin de favorecer el uso del Canal de Información Interno y la eficacia del Sistema de Información, la comunicación puede realizarse de forma anónima, absteniéndose el Grupo EROSKI de realizar ningún tipo de indagación respecto la identidad de aquellos informantes que hayan decidido mantenerse en el anonimato.

### **Nuestro compromiso con la seguridad y salud en el trabajo**

En el Grupo EROSKI disponemos de un Servicio de Prevención de Riesgos Laborales propio, de carácter mancomunado, para todas nuestras sociedades. Este servicio atiende las especialidades de seguridad en el trabajo, higiene industrial y ergonomía y psicología aplicada mientras que la vigilancia de la salud se realiza a través de servicios de prevención externos.

Las sociedades y negocios del Grupo han definido políticas de prevención de riesgos laborales que se enmarcan en sus sistemas de gestión de prevención, basados en la Ley de Prevención de Riesgos Laborales y los Reales Decretos de desarrollo de esa ley con sus correspondientes modificaciones.

### **Política de Prevención de Riesgos Laborales**

Esta política tiene por finalidad establecer los principios y criterios de actuación orientados a conseguir una efectiva prevención de riesgos laborales dentro de la organización. El objetivo de la política es asegurar el control de los riesgos, la eficacia de las medidas preventivas y la detección de deficiencias que dan lugar a nuevos riesgos.

Los órganos de administración serán el más alto órgano de gobierno responsable de la Política de Prevención de Riesgos Laborales. La representación de las personas trabajadoras, a través de los correspondientes Comités de Seguridad y Salud participarán dentro de las competencias y facultades que la ley les otorga.

Será la Dirección Social quien velará por la aplicación y cumplimiento de los planes y medidas preventivas establecidos en cada caso, garantizando los recursos necesarios para ello. Además, deberá ejercer las competencias de vigilancia y seguimiento.

### **Nuestro compromiso con la diversidad, igualdad e inclusión**

En el Grupo EROSKI nos regimos por el principio de no discriminación ya previsto en sus estatutos fundacionales y en nuestros Códigos de Conducta motivados por la diversidad cultural, de

género, de identidad y orientación sexual, capacidades, generacional, o cualquier otra característica. Para ello, contamos con la Política de Igualdad, Diversidad e Inclusión.

### Política de Igualdad, Diversidad e Inclusión

Esta Política tiene como finalidad establecer un marco claro y comprometido para garantizar la igualdad y la diversidad en todos los aspectos de la organización. Esto incluye la prohibición de cualquier forma de discriminación, la promoción de la igualdad de oportunidades y la inclusión, y el establecimiento de procedimientos para prevenir, mitigar y atender cualquier caso de discriminación que pueda surgir.

Los órganos de administración serán el más alto órgano de gobierno responsable de la Política de Igualdad, Diversidad e Inclusión. La representación de las personas trabajadoras y socias, participarán dentro de las competencias y facultades que la ley les otorga.

Será la Dirección la que velará por la aplicación y cumplimiento de los planes y medidas establecidas en cada caso, garantizando los recursos necesarios para ello. Además, deberá ejercer las competencias de vigilancia y seguimiento de estas.

En el Grupo EROSKI nos comprometemos a:

- Promover la igualdad efectiva de oportunidades en los procesos de selección, contratación, formación, desarrollo profesional y promoción interna.
- Impulsar la representación equilibrada de género en todos los niveles de la organización, y asegurar la participación equitativa en la toma de decisiones.
- Fomentar la contratación inclusiva de personas con capacidades diversas y garantizar condiciones laborales accesibles.
- Mantener un entorno laboral seguro y respetuoso mediante la implementación de mecanismos confidenciales y eficaces para reportar y gestionar denuncias de forma confidencial (a través de los Canales Internos de Información).
- Favorecer la conciliación laboral, personal y familiar, estableciendo medidas que promuevan el equilibrio entre estas áreas.
- Garantizar la equidad retributiva, y eliminar cualquier brecha salarial injustificada.
- Implementar programas de sensibilización y formación para todo el personal, enfocados en la promoción de la diversidad, la igualdad y la inclusión.
- Colaborar con empresas proveedoras y agentes aliados que compartan nuestro compromiso con la igualdad, la diversidad y la inclusión.
- Realizar evaluaciones periódicas de las políticas y acciones implementadas en materia de igualdad, diversidad e inclusión, y llevar a cabo las mejoras necesarias para asegurar su efectividad.

En el Grupo EROSKI mantenemos y reforzamos nuestra voluntad de poner el foco en los colectivos en riesgo de vulnerabilidad y su integración en el mercado laboral. Colaboramos con los servicios de empleo público y con centros de la red del Ministerio de Educación, para incorporar, a través de la formación ocupacional, a jóvenes estudiantes en desempleo y personas en riesgo de exclusión social. Las actuaciones y parámetros relacionados con la inserción laboral los desarrollamos posteriormente en el apartado [3.1.2.4](#) de este capítulo.

### 3.1.2.2. Procesos para colaborar con el personal propio y los representantes de los trabajadores en materia de impactos (S1-2)

Como parte del proceso de diligencia debida descrito en el apartado [1.1.2.4](#) del capítulo 'NEIS - 2 Información general', en el Grupo EROSKI contamos con procesos de participación de las personas trabajadoras, incluyendo aquellas que son socias de la cooperativa Eroski, S. Coop.

El puesto jerárquico más alto que es operativamente responsable de garantizar que dicha colaboración del personal propio tenga lugar y los resultados sirvan de base para el enfoque de la empresa, es la Dirección Social del Grupo.

En este sentido, identificamos diferentes modelos de interacción con el personal propio:

- En el Grupo EROSKI disponemos de un modelo de escucha activa que se soporta no sólo en las dinámicas normales vinculadas a la jerarquía de los equipos y las reuniones establecidas, sino que, además, para conseguir un pulso más cercano, hemos definido un modelo de escucha, soportado en encuestas online, sostenido en el tiempo y vinculado tanto a elementos estratégicos (cultura), a elementos tácticos (compromiso) y a las cuestiones más cercanas al día a día de las personas trabajadoras (pulsos). Este modelo, alineado con el posicionamiento de la marca interna, nos permite disponer de información sensible para mejorar la experiencia de las personas trabajadoras mediante su participación directa.
- Siguiendo los principios cooperativistas de nuestro Grupo, la cooperación y la participación, nuestro modelo de gobernanza contempla que las personas dispongamos de foros de participación a todos los niveles de la estructura organizativa y, además, esta cooperación se establece en ambos sentidos: desde las personas socias trabajadoras hacia los órganos establecidos y viceversa. La representación de las personas trabajadoras en las distintas sociedades del Grupo, también se contempla en los Comités de Empresa existentes tanto en centros propios (supermercados, hipermercados, plataformas, sede central), como en agrupaciones de centros.
- Asimismo, durante el proceso de elaboración del análisis de doble materialidad, llevamos a cabo consultas con todos los grupos de interés, incluyendo los trabajadores del personal propio, con el objetivo de recabar su visión. En este sentido, el grupo de interés compuesto por la plantilla propia está incluido en el ámbito de la divulgación de este informe conforme a lo indicado en el apartado [1.1.3.2](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general'.

En el Grupo EROSKI contamos con una novedosa cultura de colaboración e innovación para la fijación y consecución de objetivos y proyectos, denominada IMPACTO. Esta metodología crea espacios y oportunidad para todo el personal propio del Grupo EROSKI, facilitando la generación de ideas y la colaboración del desarrollo de proyectos innovadores.

Con IMPACTO buscamos transformar nuestra forma de trabajar, aportando mayor agilidad y potenciando el protagonismo de las personas. Promovemos la colaboración, impulsando la activación de equipos multidisciplinares, la creación de sinergias y la transversalidad en todos los procesos de análisis, valoración y resolución. En 2025 hemos extendido la implación de esta metodología a nivel de departamento en la sede central, en el negocio de hipermercados (región occidental y oriental) y también en CAPRABO.

### Personas socias trabajadoras

Como se describe en el apartado sobre los órganos de gobierno [1.1.2.1](#) del capítulo 'NEIS-2 Información general', las personas socias trabajadoras participan en los distintos órganos de la estructura de la cooperativa, según viene recogido en los Estatutos Propios. Los Estatutos Sociales son el marco general que recogen los principios de gestión para las personas que constituyen la cooperativa, y que garantizan en todo momento los derechos humanos.

Disponemos de una estructura organizada y jerarquizada que cuenta con los siguientes foros de colaboración:

- Reuniones de centro mensuales, donde todas las personas trabajadoras reciben información a través de las personas delegadas y, a su vez, se recoge su opinión, dudas o sugerencias en cualquier ámbito de preocupación e interés.
- Comisiones Delegadas, trasladan los asuntos referidos en las reuniones de Centro al Consejo Social.
- Consejo Social, traslada los temas propuestos por las Comisiones Delegadas al Consejo Rector.
- Consejo Rector, máximo órgano responsable de asegurar e incorporar en sus materias de deliberación, la opinión e intereses de las personas socias trabajadoras.
- Anualmente se celebra la Asamblea General, en la que se validan aquellas cuestiones previamente identificadas en las Juntas Preparatorias en las que participan todas las personas socias trabajadoras.

Este sistema de participación se activa de forma ordenada y repetida en el tiempo, con el objetivo de recoger los intereses de todas las personas socias trabajadoras y garantizar la participación y colaboración de las personas socias trabajadoras en la gestión empresarial y social.

Durante este ejercicio 2025, las personas socias trabajadoras han participado en la renovación de varios de los órganos sociales, para elegir a sus representantes en la Asamblea General, el Consejo Social, el Comité de Recursos, la Comisión de Vigilancia, y los delegados sociales.

En materia de participación a través de procesos de debate y foros de participación para autogestión de la cooperativa sobre temas identificados como relevantes, destacando durante este ejercicio 2025:

- La modificación de los Estatutos Sociales y Reglamento de Régimen Interno de la cooperativa.
- El debate para hacer frente a la problemática del impacto de la incapacidad temporal, aprobando medidas para tratar de contribuir a su reducción y la determinación de asignación del coste que supone a la cooperativa.
- La autorregulación de una normativa en caso de coincidencia de incapacidad temporal con el periodo de vacaciones.
- La autorregulación sobre los criterios de apertura de los centros en días festivos.
- La implantación de la semana de 5 días en el 100% de los supermercados e hipermercados de Eroski, S. Coop.

También en el ejercicio 2025, se han convocado actos societarios para aprobar la gestión de la cooperativa y los acuerdos propuestos realizando reuniones previas de información y debate en las Juntas Preparatorias y Asamblea General, contando con una asistencia de más de 6.000 personas.

### **Personas trabajadoras (no socias)**

Son aquellas que trabajan directamente en cualquiera de las sociedades del Grupo EROSKI, y se encuentran bajo la aplicación de la Normativa Laboral Española. Cabe añadir que todos los acuerdos que se establecen con la representación de las personas trabajadoras, así como el propio Convenio de Empresa y el Convenio Sectorial de Grandes Almacenes, determinan en su articulado la aplicación de la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

La participación de las personas trabajadoras en las decisiones que les afectan se materializa a través de los distintos órganos de representación existentes en las empresas del Grupo EROSKI, siendo las más importantes la Representación Legal de las Personas Trabajadoras y las Secciones Sindicales.

En el ámbito estatal, la participación se garantiza mediante la interlocución centralizada con las organizaciones sindicales con representación en la empresa, a través de la Dirección de Relaciones Laborales, abordándose todas las cuestiones en las que deba ejercerse la participación y consulta de las personas trabajadoras. Concretamente, se negocia y acuerda el Convenio Colectivo de Supermercados del Grupo EROSKI regulador de las condiciones de trabajo de las empresas sometidas a su ámbito de aplicación, se debaten y resuelven consultas sobre la aplicación e interpretación del convenio en el seno de la Comisión Paritaria o Mixta del convenio colectivo, se negocia y acuerda el Plan de Igualdad del Grupo EROSKI y, en general, cualquier materia que deba participarse con la representación de las personas trabajadoras que afecten a la totalidad de las empresas del Grupo. Asimismo, en el ejercicio 2025 se ha acordado iniciar el proceso de negociación del Plan LGTBI dentro de la comisión negociadora del Convenio de Supermercados del Grupo EROSKI.

En el seno de cada empresa del Grupo EROSKI, la participación se vehiculiza a través de la Representación Legal de las Personas Trabajadoras y las Secciones Sindicales que se correspondan con el ámbito de cada sociedad. La representación de las personas trabajadoras se distribuye, fundamentalmente, en delegados de personal, comités de centros de trabajo, comités de agrupaciones provinciales de centros y, en última instancia y en algunas sociedades, Comité Intercentros. Respecto a la representación sindical, existen secciones sindicales de centros concretos, locales, comarcales, y con el mismo ámbito que los comités de agrupaciones provinciales de centros, garantizando la participación de las personas trabajadoras en las decisiones que les afectan. En este ámbito, las reuniones suelen abordar cuestiones más operativas que en el ámbito estatal dado el mayor grado de proximidad con los centros de trabajo.

Los Comités Intercentros se reúnen entre 2 y 3 veces al año, tratándose cuestiones de todo tipo propuestas por ambas partes (por ejemplo: resultados de la compañía, previsión de aperturas o cierres de centros, implantación de nuevos sistemas de trabajo, política retributiva, vacaciones, jornada, registro de jornada, conciliación de la vida laboral y familiar, licencias retribuidas, trabajo en domingos y festivos, etc.) que afecten a la totalidad de centros de la

empresa o, al menos, a varios centros con órganos de representación diferentes. Igualmente se reúnen los Comités de Agrupaciones Provinciales de centros y los Comités de Centro para tratar idénticas cuestiones en sus respectivos ámbitos, así como los Comités de Seguridad y Salud en sus correspondientes ámbitos para tratar materias afectantes a la seguridad y salud de las personas trabajadoras en el trabajo.

Además, existe una comunicación entre la empresa y las personas trabajadoras y sus representantes, que facilitan la información de las cuestiones relevantes que puedan requerir de cierta celeridad y antelación suficiente, si es que así lo requiere la legislación vigente.

### **3.1.2.3. Procesos para reparar los impactos negativos y canales para que el personal propio exprese sus inquietudes (S1-3)**

En el Grupo EROSKI estamos comprometidos con mantener un entorno laboral seguro y saludable, y contamos con protocolos de actuación que nos permiten gestionar y resolver los impactos negativos que puedan afectar a las personas trabajadoras en sus centros de trabajo.

Para identificar incidencias y evaluar posibles impactos negativos sobre el personal propio, contamos con los procedimientos del sistema de prevención de riesgos laborales: inspecciones programadas, auditorías internas y externas, investigaciones de accidentes de trabajo, simulacros de emergencia y las vías de comunicación, como los canales establecidos o las diferentes reuniones de representación de las personas trabajadoras.

De esta manera, el personal propio contribuye a identificar riesgos y proponer mejoras a las cadenas de mando, los Comités de Salud y Seguridad (que operan en diferentes ámbitos) y otros órganos de representación societaria.

La valoración de incidencias se lleva a cabo teniendo en cuenta los procedimientos de evaluación de riesgos, y con la participación, en su caso, de las personas afectadas, mediante consultas o entrevistas, y de los departamentos implicados en la resolución.

Una vez implantada la resolución prevista, la comprobación objetiva de la nueva situación mediante mediciones o controles *in situ*, el análisis de datos estadísticos de accidentalidad o de vigilancia de la salud y la consulta directa con las personas afectadas, aportan la información necesaria para su validación.

Adicionalmente, contamos con dos protocolos específicos para la prevención y la actuación frente al acoso sexual y el acoso por razón de sexo, que se activa a solicitud de intervención de la presunta víctima a través de su mando o Jefatura de Personal, o de alguno de los miembros del Consejo Social. A partir de la denuncia, se forma una Comisión Instructora que abre el correspondiente expediente de investigación confidencial. Una vez finalizada la investigación, se emite un informe de conclusiones, que se remite a la Dirección de Personas para la adopción de las medidas correspondientes.

### Canales de reclamación

Las personas trabajadoras podemos trasladar nuestras quejas o reclamaciones al Departamento Social a través del mando jerárquico o Jefatura de Personal.

Para las informaciones relacionadas con posibles incumplimientos de los Códigos de Conducta, los Planes de Prevención de Riesgos Penales o cualquier otra normativa interna o externa, disponemos de un formulario online accesible desde la intranet de la organización y en el sitio web corporativo [www.eroski.es](http://www.eroski.es). Además, es posible solicitar una entrevista personal con la persona responsable del Sistema Interno de Información. En el caso de VEGALSA-EROSKI, también contamos con un formulario online disponible en [www.vegalsa.es](http://www.vegalsa.es) y es difundido mediante un código QR remitido al personal por correo electrónico.

Estos formularios están accesibles para todos los grupos de interés, tanto internos como externos, con la excepción de la clientela, que cuenta con sus propios mecanismos a través del Servicio de Atención al Cliente (SAC).

Asimismo, contamos con Canales Internos de Información accesibles a través de una plataforma online disponible en la intranet y en la página web corporativa. Este canal permite que cualquier grupo de interés, interno o externo, pueda poner en conocimiento del Responsable Interno de Información, irregularidades o comportamientos contrarios a los principios éticos del Grupo. Sus características y funcionamiento se detallan en el apartado [4.1.2.2](#) del capítulo 'NEIS GI - Conducta empresarial'.

Actualmente no se ha implementado un sistema formal para evaluar la confianza del personal propio en estos canales, ni su nivel de satisfacción con el proceso; no obstante, sí hacemos seguimiento de su puesta en práctica. Estamos explorando diferentes mecanismos, como remitir encuestas de evaluación a las personas trabajadoras que hayan hecho uso del Canal, con el fin de evaluar la confianza de las personas trabajadoras en esta vía de comunicación.

Durante el año 2025 hemos registrado 48 comunicaciones a través de los Canales Internos de Información, de las cuales 40 están relacionadas con el personal propio. En el apartado [4.1.2.2](#) detallamos más información acerca de nuestras Políticas del Sistema Interno de Información y los Canales Internos de Información.

#### **3.1.2.4. Adopción de medidas relacionadas con los impactos sobre el personal propio, enfoques para gestionar los riesgos y aprovechar las oportunidades relacionados con el personal propio y la eficacia de dichas actuaciones (S1-4)**

En el Grupo EROSKI llevamos a cabo un conjunto de actuaciones orientadas a dar cumplimiento a nuestras políticas corporativas, mitigar riesgos materiales, corregir impactos negativos identificados y fortalecer impactos positivos relacionados con nuestro personal propio. Estas acciones responden a los impactos, riesgos y oportunidades materiales determinados en el proceso descrito en el apartado [1.1.3.3](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general'.

A través del conjunto de acciones implementadas —en prevención de riesgos laborales, igualdad, inclusión, formación y apoyo a colectivos vulnerables— y gracias a un sistema sólido de seguimiento y evaluación basado en indicadores y en la evaluación psicosocial, reforzamos nuestra capacidad para mitigar riesgos, corregir impactos negativos y potenciar oportunidades para nuestro personal propio. Estas actuaciones reflejan nuestro compromiso con un entorno laboral ético, saludable, inclusivo y orientado al desarrollo profesional continuo.

En el Grupo EROSKI, los recursos destinados a la gestión de las actuaciones vinculadas a los impactos materiales identificados se componen principalmente de personal propio, formado por profesionales especializados en distintas áreas —laboral, jurídica, de gestión, de prevención de la salud, de formación y otras disciplinas relevantes— con amplia experiencia en la gestión del personal propio en los distintos departamentos del Área Social. Asimismo, contamos con los recursos financieros que consideramos adecuados y razonables para garantizar el correcto desarrollo de estas funciones. Adicionalmente, nos apoyamos en recursos externos cuando es necesario, recurriendo a consultoras especializadas, servicios de asesoramiento legal, organizaciones empresariales y otros agentes que complementan nuestras capacidades internas.

Para reducir los impactos negativos, potenciar los positivos, mitigar los riesgos y aprovechar las oportunidades de los asuntos materiales referentes al personal propio las principales líneas de actuación y actividades llevadas a cabo durante 2025 las hemos clasificado en cinco ámbitos generales que desarrollamos a lo largo de este apartado:

- Seguridad y salud laboral.
- Diversidad, igualdad e inclusión.
- Conciliación laboral, personal y familiar.
- Atracción, formación y desarrollo de los trabajadores.
- Empleo estable, de calidad y con salario digno.

### Seguridad y salud laboral

El Plan de Prevención de Riesgos Laborales nos permite cumplir con los compromisos establecidos en la Política de Prevención de Riesgos Laborales tal y como se indica en el apartado [3.1.2.1](#) de este capítulo. Este plan constituye uno de los pilares principales para mitigar impactos negativos sobre la salud y seguridad del personal propio.

Durante el ejercicio 2025 hemos desarrollado un amplio conjunto de actuaciones, entre las que destacan:

- Planificación preventiva, integrando la prevención en todos los procesos operativos y tareas.
  - Revisión y actualización de equipos de protección individual adecuados a cada puesto y actividad.
  - Simulacros de emergencia.
  - Mirada preventiva en el diseño físico de los puestos, incorporando criterios ergonómicos y de seguridad.
- Itinerarios formativos específicos en materia de salud y seguridad, ajustados a las funciones y características de cada puesto de trabajo.

- Coordinación de actividades empresariales con gremios y otras empresas externas sobre materia preventiva.
- Vigilancia de la salud a través de los reconocimientos médicos y su seguimiento.
- Hemos impulsado los siguientes programas de salud y bienestar:
  - Athlon Salud de fisioterapia preventiva bajo la metodología David.
  - Programa Salud Integral Ergoactiv.
  - Programa Fisioterapia Preventiva SOLUTIA.
  - Servicio de Fisioterapia Digital - Fisify.
  - Programa Stimulus para el asesoramiento psicológico de los trabajadores y sus familiares.
- Contamos con las aplicaciones móviles Lankit Salud EROSKI y Fem Sentir Caprabo para la atención médica de los trabajadores.

Estas actuaciones contribuyen a mitigar riesgos laborales, reducir la accidentabilidad y fortalecer una cultura de prevención asentada en toda la organización. Para dar seguimiento y evaluar la eficacia del Sistema de Prevención de Riesgos Laborales, tomamos las siguientes medidas:

- Auditorías internas anuales e inspecciones programadas, que nos permiten identificar situaciones potencialmente peligrosas y definir medidas preventivas y correctoras.
- Auditorías externas cada cuatro años, con el objetivo de garantizar la calidad y eficacia del sistema preventivo.
- Seguimiento a las acciones correctoras implantadas, resultados de revisiones y evolución de las medidas preventivas, así como a indicadores clave como las tasas de accidentabilidad (véase el apartado [3.1.3.8](#) de este capítulo).

### Diversidad, igualdad e inclusión

Contamos con un Plan de Igualdad para los años 2023-2027 que es una de las palancas principales que nos permite cumplir con nuestros compromisos establecidos en la Política de Igualdad, Diversidad e Inclusión (véase el apartado [3.1.2.1](#) del presente capítulo). Además, es a través del Plan de Igualdad cómo gestionamos los impactos materiales relacionados con la igualdad de oportunidades, la diversidad y la no discriminación.

Durante el ejercicio 2025 hemos llevado a cabo las siguientes actividades en este ámbito que afectan a nuestro personal propio:

- Aprobación de la Política de Igualdad, Diversidad e Inclusión.
- Campañas de sensibilización, como las del 8 de marzo, Día Internacional del Orgullo LGTBI y el Día de la Violencia de Género, contribuyendo a generar una cultura corporativa más igualitaria.
- Elaboración de guías internas y acciones de formación y sensibilización para el uso del lenguaje igualitario.
- Campaña solidaria a través del programa de donación Céntimos Solidarios a favor de las mujeres e infancia víctimas de la violencia de género y a sus hijos e hijas.
- Campaña específica sobre la violencia machista y recordatorio del protocolo de actuación existente en el Grupo EROSKI para la protección de estas víctimas.
- Jornadas formativas sobre la protección integral contra la violencia sexual.

- Protocolo para que nuestros centros sean Puntos Refugio frente a la violencia de género y las agresiones al colectivo LGTBI+. Esta iniciativa se pondrá en marcha en 2026 y se aplicará en nuestros hipermercados, supermercados, plataformas logísticas y oficinas centrales.

El conjunto de actuaciones del Plan de Igualdad contribuye a reducir riesgos de discriminación, mejorar el clima laboral y crear oportunidades para que todas las personas desarrollen su trayectoria profesional en condiciones de equidad. Para dar seguimiento y evaluar la eficacia de nuestras actuaciones tomamos las siguientes medidas:

- Observatorio de Igualdad y la Comisión de Igualdad, herramientas que utilizamos para velar por el cumplimiento de este principio en toda la organización.
- Seguimiento periódico del grado de implementación del Plan, revisando medidas, indicadores y avances, lo que nos permite detectar áreas de mejora y ajustar actuaciones cuando es necesario.
- Protocolos específicos de acoso sexual y por razón de sexo, difundidos entre toda la plantilla, que permiten prevenir y actuar de manera confidencial y contundente ante cualquier incidencia.

### Inserción laboral

Colaboramos con los servicios de empleo público y con centros de la red del Ministerio de Educación, para incorporar, a través de la formación ocupacional, a jóvenes estudiantes en desempleo y personas en riesgo de exclusión social.

Creamos oportunidades de empleo para personas en riesgo de exclusión colaborando con asociaciones de distinta naturaleza: Cáritas, Once, Cruz Roja, Gureak y Fundación Integra, son algunas de las entidades con las que mantenemos una relación cercana en las distintas provincias y comunidades autónomas para atender las necesidades de los diversos colectivos. Este tipo de colaboraciones ayuda a fortalecer la inclusión social y laboral en nuestra red, lo cual supone una gran aportación para nuestro Grupo, así como para la sociedad en general.

Durante este ejercicio hemos trabajado con mayor intensidad en todos los negocios del Grupo, incrementando de manera relevante el número de personas participantes, así como el volumen de horas dedicadas a la capacitación para la inserción. A destacar el incremento de personas y horas de prácticas en colectivos con riesgo de exclusión, con un incremento del 74% de personas y duplicando las horas dedicadas a las prácticas.

Asimismo, ha habido un número de contrataciones significativamente mayor a las ratios de 2024, pasando de 35 personas contratadas en 2024 a 154 en 2025. Esto supone un gran estímulo para la incorporación de las personas en el mercado laboral.

Tabla 58. Indicadores de inserción laboral

	2025					2024				
	N.º entidades	N.º participantes	N.º horas formación	N.º contrataciones	% contrataciones	N.º entidades	N.º participantes	N.º horas formación	N.º contrataciones	% contrataciones
Prácticas no laborales	129	415	69.867	106	25,54%	20	65	4.736	9	13,85%
Cursos con compromiso de contratación	1	35	2.800	28	80,00%	1	22	1.760	17	77,27%
Cursos con colectivos en riesgo de exclusión social	26	125	10.311	20	16,00%	12	72	5.019	9	12,50%
<b>Total</b>		<b>575</b>	<b>82.978</b>	<b>154</b>	<b>26,78%</b>		<b>159</b>	<b>11.515</b>	<b>35</b>	<b>22,01%</b>

En el Grupo EROSKI reconocemos la importancia de comprender y abordar las perspectivas de nuestras personas empleadas que pertenecen a grupos especialmente vulnerables. Para ello, hemos implementado varias iniciativas y procedimientos relacionados con la igualdad de género, para conocer sus experiencias e identificar sus necesidades, con el fin de evitar, eliminar y atender la discriminación una vez detectada, y promover la diversidad e inclusión.

### Conciliación laboral, personal y familiar

Para desarrollar nuestro compromiso por la igualdad y la diversidad, desarrollamos un concepto de igualdad amplio integrado en la estrategia EROSKI 'contigo'. En este contexto, la compatibilidad entre la vida personal y profesional pasa a ser una palanca para mitigar brechas e impulsar la equidad. Siguiendo esta premisa, la conciliación se presenta como uno de los ejes de nuestro Plan de Igualdad.

En este ejercicio hemos llevado a cabo las siguientes actuaciones relativas a la conciliación laboral:

- Implantación de la jornada laboral de 5 días en el total de los centros de la red comercial norte (hipermercados y supermercados), a excepción del periodo de verano, para los centros de Eroski, S. Coop.
- Ampliación de tiempo de trabajo híbrido, regulado en el ejercicio 2024, permitiendo al personal trabajar de forma puntual fuera de la sede, de forma voluntaria y no superando el 30% de la jornada en un periodo de referencia de tres meses.
- Análisis anual de la conciliación de la vida laboral y personal con una mirada en la corresponsabilidad necesaria para que las tareas extralaborales sean compartidas de manera equitativa.
- Re-edición de nuestra guía de cuidado del menor mejorando los permisos existentes.

Para dar seguimiento y evaluar la eficacia de las actuaciones relacionadas con la conciliación laboral damos seguimiento a los indicadores clave reportados en el apartado [3.1.3.9](#) del presente capítulo.

### Atracción, formación y desarrollo de los trabajadores

En materia de atracción, formación y desarrollo de los trabajadores potenciamos la formación continua a través de planes de formación y desarrollo, así como de especialización para favorecer las oportunidades de promoción interna y mejora de la empleabilidad de las personas en la propia organización.

Dentro de los programas formativos llevados a cabo en el ejercicio 2025, destacan los siguientes:

- Escuelas de Frescos, para garantizar la profesionalización del personal de las secciones de productos frescos.
- Lanzamiento de la 4ª edición de la Escuela de Mandos, que busca a personas dispuestas a dar un paso adelante hacia puestos de mayor responsabilidad. La vocación del programa va más allá de cubrir las vacantes que existen en cada momento, ya que pretende destapar el talento interno para adelantarse a las necesidades futuras.
- Formación de Oficio.
- Programas de *mentoring*.
- Programas formativos para el desarrollo profesional y futura fuente de promoción a puestos de responsabilidad:
  - MBA Gestores de Negocio en colaboración con Enpresagintza, la Facultad de Empresariales de Mondragon Unibertsitatea. Un programa de aprendizaje acerca de las Claves en la Dirección y Gestión de Empresas con el objetivo de comprender mejor el entorno y tomar decisiones más rápidas y acertadas.
  - Eroski SUMMA (7ª edición): programa de entrenamiento de habilidades que fomenten personas más proactivas e innovadoras, poniendo foco en entrenar la capacidad de aprendizaje.
  - Gestores con Potencial (Garatu): programa de desarrollo de habilidades directivas.
- Formación de reciclaje en productos y servicios que ofrecemos.
- Formación específica sobre acoso sexual e igualdad de género a componentes de la Comisión de Igualdad, Dirección y área de Personas.
- Hemos impartido la Formación de Inserción a la Cooperativa para personas socias de duración determinada.

Asimismo, contamos con los Premios Krea, el cual es un programa de reconocimiento al desempeño de las personas trabajadoras.

Para el seguimiento y evaluación de la eficacia de nuestras actuaciones en respecto al desarrollo de las capacidades de nuestro personal propio realizamos evaluaciones de desempeño a las personas trabajadoras y diagnósticos de necesidades formativas, así como monitorizamos las mediciones e indicadores clave. Estos parámetros se reportan más adelante en el apartado [3.1.3.7](#).

### Empleo estable, de calidad y con salario digno

Trabajamos para garantizar un empleo estable, de calidad y con condiciones salariales dignas, por considerarlo esencial para el bienestar de las personas trabajadoras y para la sostenibilidad del proyecto empresarial y cooperativo. Durante 2025 hemos continuado desplegando actuaciones orientadas a reforzar la estabilidad laboral, mejorar el reconocimiento económico y ofrecer garantías en situaciones de transición.

Mantenemos un modelo retributivo sólido y transparente, que incluye una revisión anual de las retribuciones con el objetivo de preservar el poder adquisitivo. Asimismo, las personas socias trabajadoras participan en el capital social y en los resultados de la sociedad matriz, reforzando la equidad y el reparto justo del valor generado. Con el fin de promover la estabilidad contractual, impulsamos la transformación de contratos temporales en contratos de Socio de Duración Determinada, figura cooperativa alineada con las políticas estatales para favorecer el empleo estable.

Además, desarrollamos medidas de garantía de empleo para acompañar a las personas en situaciones de reorganización o disminución de actividad. Estas medidas incluyen asesoramiento profesional, orientación, recolocación interna y, cuando procede, alternativas de finalización pactada, así como planes de jubilación anticipada en casos puntuales, basados en criterios de voluntariedad y acompañamiento.

Para evaluar la eficacia de estas actuaciones, realizamos un seguimiento periódico de indicadores como la estabilidad contractual, la evolución de las modalidades de contrato, la progresión hacia figuras cooperativas, el impacto de las revisiones salariales, y los resultados de los procesos de recolocación interna. Asimismo, analizamos datos de rotación, retención y absentismo, y recogemos la percepción de las personas trabajadoras a través de los canales de escucha y participación existentes. Esta información se revisa en los órganos internos competentes, permitiendo ajustar las medidas adoptadas y asegurar la mejora continua.

### 3.1.3. Parámetros y metas

#### 3.1.3.1. Metas relacionadas con la gestión de impactos negativos materiales, el impulso de impactos positivos y la gestión de riesgos y oportunidades materiales (S1-5)

En el Grupo EROSKI no hemos definido metas públicas cuantificables adicionales relacionadas con los IRO derivados del personal propio. No obstante, tal y como se indica en el apartado [11.3.1](#) sobre estrategia del capítulo 'NEIS 2 – Información general', nuestros nuevos Compromisos Contigo a 2030 incorporan planes y metas vinculadas –en particular en el Compromiso 3: Promover la satisfacción y el desarrollo de las personas trabajadoras– cuyo despliegue iniciaremos a partir de 2026.

Durante el ejercicio 2025, desde el Comité de Sostenibilidad hemos liderado un proceso interno orientado a definir los 20 objetivos estratégicos ESG del Grupo EROSKI, así como sus correspondientes indicadores de seguimiento. Este conjunto de objetivos ha sido aprobado por

el Consejo Rector, reforzando nuestra hoja de ruta en materia de sostenibilidad para los próximos años.

Mientras tanto, en el Grupo EROSKI realizamos el seguimiento de la eficacia de nuestras políticas y actuaciones relacionadas con los impactos, riesgos y oportunidades en sostenibilidad mediante los indicadores y parámetros cualitativos y cuantitativos divulgados a lo largo del informe. Este seguimiento se lleva a cabo en los términos de nuestro modelo de gobierno de información de sostenibilidad (apartado [1.1.2.2](#) del capítulo 'NEIS 2 – Información general').

### 3.1.3.2. Características de las personas asalariadas de la empresa (S1-6)

La plantilla de personal propio del Grupo EROSKI a 31 de enero 2026 está formada por 28.203 personas. A continuación, desglosamos la información en número de personas del Grupo EROSKI a cierre del ejercicio 2025, con fecha de 31 de enero de 2026, según sus características.

Tabla 59. Personas trabajadoras por sexo

	2025	2024
Mujer	21.315	21.099
Hombre	6.888	6.526
<b>Total <sup>1</sup></b>	<b>28.203</b>	<b>27.625</b>

<sup>1</sup> Referencia a la Nota 26 de gastos de personal de 'Cuentas anuales Consolidadas de Eroski, S. Coop. y sociedades dependientes correspondientes al ejercicio terminado en 31 de enero de 2026'

Tabla 60. Personas trabajadoras por modalidad de contrato y sexo

	2025			2024		
	Mujer	Hombre	Total	Mujer	Hombre	Total
N.º de asalariados permanentes	18.421	5.713	<b>24.134</b>	18.347	5.519	<b>23.866</b>
N.º de asalariados temporales <sup>1</sup>	2.894	1.175	<b>4.069</b>	2.752	1.007	<b>3.759</b>
<b>Total</b>	<b>21.315</b>	<b>6.888</b>	<b>28.203</b>	<b>21.099</b>	<b>6.526</b>	<b>27.625</b>
N.º de asalariados de horas no garantizadas	-	-	-	-	-	-
N.º de asalariados a tiempo completo	14.119	5.903	<b>20.022</b>	13.759	5.595	<b>19.354</b>
N.º de asalariados a tiempo parcial	7.196	985	<b>8.181</b>	7.340	931	<b>8.271</b>
<b>Total</b>	<b>21.315</b>	<b>6.888</b>	<b>28.203</b>	<b>21.099</b>	<b>6.526</b>	<b>27.625</b>

<sup>1</sup> Del n.º de asalariados con contrato temporal, en el ejercicio actual, el 76% son por sustitución, un 9% son por imprevistos que van surgiendo durante el año y el resto son por campañas especiales.

**Tabla 61. Personas trabajadoras que han abandonado el Grupo**

	2025			2024		
	Mujer	Hombre	Total	Mujer	Hombre	Total
Voluntariamente	908	542	1.450	840	447	1.287
Despido	288	142	430	271	170	441
Jubilación	128	40	168	108	39	147
Fallecimiento	6	7	13	5	4	9
<b>Total</b>	<b>1.330</b>	<b>731</b>	<b>2.061</b>	<b>1.224</b>	<b>660</b>	<b>1.884</b>
<b>Tasa de rotación <sup>1</sup></b>	<b>6,24%</b>	<b>10,61%</b>	<b>7,31%</b>	<b>5,80%</b>	<b>10,11%</b>	<b>6,81%</b>

<sup>1</sup>Para calcular la tasa de rotación, la empresa usará la cifra total de asalariados (voluntariamente + despido + jubilación + fallecimiento) para el numerador de la tasa de rotación.

**Tabla 62. Personas trabajadoras por contrato y comunidad autónoma**

	2025			2024		
	Permanente	Temporal	Total	Permanente	Temporal	Total
Andalucía	204	20	224	199	19	218
Aragón	902	185	1.087	859	140	999
Asturias	454	114	568	404	130	534
Cantabria	264	35	299	276	34	310
Castilla y León	575	120	695	553	121	674
Cataluña	4.109	357	4.466	4.157	419	4.576
C. Valenciana	14	-	14	20	-	20
Galicia	5.807	1.360	7.167	5.591	1.308	6.899
Islas Baleares	2.614	187	2.801	2.475	239	2.714
La Rioja	259	67	326	273	34	307
Madrid	242	46	288	243	17	260
Navarra	1.146	312	1.458	1.174	239	1.413
País Vasco	7.544	1.266	8.810	7.642	1.059	8.701
<b>Total</b>	<b>24.134</b>	<b>4.069</b>	<b>28.203</b>	<b>23.866</b>	<b>3.759</b>	<b>27.625</b>

**Tabla 63. Distribución de empleados por clasificación profesional**

	2025		2024	
	N.º	%	N.º	%
Dirección	71	0,25%	75	0,27%
Gestión	285	1,01%	288	1,04%
Mando	1.104	3,92%	1.086	3,93%
Profesional	23.040	81,69%	22.478	81,37%
Responsable	2.573	9,12%	2.592	9,38%
Técnico/a	1.130	4,01%	1.106	4,01%
<b>Total</b>	<b>28.203</b>	<b>100,00%</b>	<b>27.625</b>	<b>100,00%</b>

Tabla 64. Promedio anual por tipo de contrato y edad

	2025					2024				
	Modalidad de contrato					Modalidad de contrato				
	Perm.	%	Temp.	%	Total	Perm.	%	Temp.	%	Total
< 30 años	2.404	9,94%	2.135	47,65%	<b>4.539</b>	2.466	10,28%	2.068	49,47%	<b>4.534</b>
30 - 50 años	12.128	50,13%	1.890	42,19%	<b>14.018</b>	13.504	56,31%	1.736	41,53%	<b>15.240</b>
> 50 años	9.660	39,93%	455	10,16%	<b>10.115</b>	8.013	33,41%	376	9,00%	<b>8.389</b>
<b>Total</b>	<b>24.192</b>	<b>100,00%</b>	<b>4.480</b>	<b>100,00%</b>	<b>28.672</b>	<b>23.983</b>	<b>100,00%</b>	<b>4.180</b>	<b>100,00%</b>	<b>28.163</b>

	2025					2024				
	Modalidad de jornada					Modalidad de jornada				
	Comp.	%	Parcial	%	Total	Comp.	%	Parcial	%	Total
< 30 años	2.772	13,67%	1.767	21,06%	<b>4.539</b>	2.768	14,1%	1.766	20,8%	<b>4.534</b>
30 - 50 años	9.674	47,70%	4.344	51,76%	<b>14.018</b>	10.403	52,9%	4.837	57,0%	<b>15.240</b>
> 50 años	7.834	38,63%	2.281	27,18%	<b>10.115</b>	6.508	33,1%	1.881	22,2%	<b>8.389</b>
<b>Total</b>	<b>20.280</b>	<b>100,00%</b>	<b>8.392</b>	<b>100,0%</b>	<b>28.672</b>	<b>19.679</b>	<b>100,0%</b>	<b>8.484</b>	<b>100,0%</b>	<b>28.163</b>

Tabla 65. Promedio anual por tipo de contrato y categoría profesional

	2025					2024				
	Modalidad de contrato					Modalidad de contrato				
	Perm.	%	Temp.	%	Total	Perm.	%	Temp.	%	Total
Dirección	71	0,29%	-	-	<b>71</b>	74	0,31%	1	0,03%	<b>75</b>
Gestión	290	1,20%	-	-	<b>290</b>	287	1,20%	-	-	<b>287</b>
Mando	1.092	4,51%	8	0,18%	<b>1.100</b>	1.091	4,54%	8	0,19%	<b>1.099</b>
Profesional	19.084	78,89%	4.401	98,23%	<b>23.485</b>	18.882	78,73%	4.099	98,06%	<b>22.981</b>
Responsable	2.549	10,54%	55	1,23%	<b>2.604</b>	2.572	10,72%	54	1,29%	<b>2.626</b>
Técnico/a	1.106	4,57%	16	0,36%	<b>1.122</b>	1.077	4,50%	18	0,43%	<b>1.095</b>
<b>Total</b>	<b>24.192</b>	<b>100,00%</b>	<b>4.480</b>	<b>100,00%</b>	<b>28.672</b>	<b>23.983</b>	<b>100,00%</b>	<b>4.180</b>	<b>100,00%</b>	<b>28.163</b>

	2025					2024				
	Modalidad de jornada					Modalidad de jornada				
	Comp.	%	Parcial	%	Total	Comp.	%	Parcial	%	Total
Dirección	71	0,3%	0	0,0%	<b>71</b>	74	0,4%	1	0,0%	<b>75</b>
Gestión	286	1,4%	4	0,1%	<b>290</b>	285	1,4%	2	0,0%	<b>287</b>
Mando	1.075	5,3%	25	0,3%	<b>1.100</b>	1.077	5,5%	22	0,3%	<b>1.099</b>
Profesional	15.379	75,8%	8.106	96,6%	<b>23.485</b>	14.802	75,2%	8.178	96,4%	<b>22.981</b>
Responsable	2.421	12,0%	183	2,2%	<b>2.604</b>	2.429	12,3%	197	2,3%	<b>2.626</b>
Técnico/a	1.049	5,2%	73	0,80%	<b>1.122</b>	1.012	5,1%	83	1,0%	<b>1.095</b>
<b>Total</b>	<b>20.279</b>	<b>100,0%</b>	<b>8.391</b>	<b>100,0%</b>	<b>28.672</b>	<b>19.679</b>	<b>100,0%</b>	<b>8.484</b>	<b>100,0%</b>	<b>28.163</b>

Tabla 66. Número de despidos por sexo, edad y categoría profesional

	2025				2024			
	< 30	> 50	30 - 50	Total	< 30	> 50	30 - 50	Total
<b>Mujeres</b>	<b>62</b>	<b>77</b>	<b>149</b>	<b>288</b>	<b>50</b>	<b>64</b>	<b>157</b>	<b>271</b>
Gestión	-	-	-	-	-	1	-	1
Mando	1	2	5	8	-	1	5	6
Profesional	60	66	114	240	48	50	128	226
Responsable	1	8	28	37	2	12	24	38
Técnico/a	-	1	2	3	-	-	-	-
<b>Hombres</b>	<b>46</b>	<b>19</b>	<b>77</b>	<b>142</b>	<b>62</b>	<b>32</b>	<b>76</b>	<b>170</b>
Gestión	-	3	-	3	-	-	-	-
Mando	-	4	2	6	1	7	2	10
Profesional	46	12	67	125	60	22	64	146
Responsable	-	-	6	6	1	2	7	10
Técnico/a	-	-	2	2	-	1	3	4
<b>Total</b>	<b>108</b>	<b>96</b>	<b>226</b>	<b>430</b>	<b>112</b>	<b>96</b>	<b>233</b>	<b>441</b>

### 3.1.3.3. Cobertura de la negociación colectiva y diálogo social (S1-8)

El 100% de las 19.867 personas trabajadoras que no son socias cooperativistas (el 70 % de la plantilla total) desarrollan su trabajo en Espacio Económico Europeo (EEE) y están cubiertas por un convenio colectivo dentro de la EEE. En el Grupo EROSKI no disponemos de centros, personal propio ni empresas, que operen en países distintos al territorio nacional.

Contamos con numerosos Comités de empresa en las diferentes sociedades, algunos por centro de trabajo (hipermercados, plataformas y sedes), otros por agrupación de centros (por provincia). Existe un Comité intercentros que representa al negocio de supermercados, al que acude la Dirección de Relaciones Laborales. Cabe mencionar que en el Grupo EROSKI no se dan los requisitos para la existencia de un comité de empresa europeo, un comité de empresa de la Sociedad Europea (SE) o un comité de empresa de la Sociedad Cooperativa Europea (SCE), porque sólo operamos en España.

Aplicamos principalmente dos convenios colectivos: uno de empresa y otro de sector. El de sector es el de grandes almacenes y se ha actualizado en el año 2025. La negociación se ha llevado a cabo con los sindicatos desde la patronal, la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED), a través de la cual articulamos el ejercicio del diálogo social. En lo que respecta al convenio colectivo de supermercados EROSKI, lo firmamos en 2023 y cuenta con una vigencia hasta el año 2027 en Salarios y Jornada tras la negociación entre la Dirección de Relaciones Laborales y los sindicatos. Asimismo, durante la vigencia del Convenio hay una Comisión Paritaria que ayuda a interpretar el mismo.

En general, el proceso de diálogo social con las personas trabajadoras no socias cooperativistas es el que marca el Estatuto de los Trabajadores para negociar convenios colectivos, ERE, etc.

En el caso de las personas socias trabajadoras, el modelo de comunicación se establece en los Estatutos Sociales y el Reglamento de Régimen Interno, tal y como se presenta en el apartado [1.1.2](#) del capítulo de la 'NEIS 2- Información general' de este informe.

No existe un periodo de tiempo fijo general especificado para notificaciones en caso de cambios operacionales, ya que este depende del tipo de cambio que se produzca. Pero siempre cumplimos los plazos establecidos en la legislación. En este sentido, en España los plazos de preaviso en los convenios colectivos están sujetos a lo que establece la normativa (Estatuto de los Trabajadores).

El porcentaje global de personas asalariadas, incluyendo a trabajadores temporales o eventuales, representados por los representantes de los trabajadores supone un 90%.

Tabla 67. Personas trabajadoras sujetas a convenio colectivo

	2025		2024	
	N.º	%	N.º	%
Personas socias trabajadoras	8.336	30%	8.491	31%
Personas sujetas a convenio colectivo	19.867	70%	19.134	69%
<b>Total</b>	<b>28.203</b>	<b>100%</b>	<b>27.625</b>	<b>100%</b>

### 3.1.3.4. Parámetros de diversidad (S1-9)

Tabla 68. Distribución por sexo en la Alta Dirección

	2025		2024	
	N.º	%	N.º	%
Mujeres	8	19,51%	8	18,60%
Hombres	33	80,49%	35	81,40%
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100,00%</b>	<b>43</b>	<b>100,00%</b>

Tabla 69. Distribución por sexo de las personas asalariadas por categoría profesional

	2025					2024				
	Mujer	%	Hombre	%	Total	Mujer	%	Hombre	%	Total
Dirección	22	30,99%	49	69,01%	71	23	30,67%	52	69,33%	75
Gestión	142	49,82%	143	50,18%	285	138	47,92%	150	52,08%	288
Mando	760	68,84%	344	31,16%	1.104	737	67,86%	349	32,14%	1.086
Profesional	17.671	76,70%	5.369	23,30%	23.040	17.464	77,69%	5.014	22,31%	22.478
Responsable	2.080	80,84%	493	19,16%	2.573	2.108	81,33%	484	18,67%	2.592
Técnico/a	640	56,64%	490	43,36%	1.130	629	56,87%	477	43,13%	1.106
<b>Total</b>	<b>21.315</b>	<b>75,58%</b>	<b>6.888</b>	<b>24,42%</b>	<b>28.203</b>	<b>21.099</b>	<b>76,38%</b>	<b>6.526</b>	<b>23,62%</b>	<b>27.625</b>

Tabla 70. Distribución de las personas asalariadas por grupos de edad

	2025		2024	
	N.º	%	N.º	%
< de 30 años	4.583	16,25%	4.091	14,81%
entre 30 y 50 años	14.348	50,87%	14.836	53,70%
> de 50 años	9.272	32,88%	8.698	31,49%
<b>Total</b>	<b>28.203</b>	<b>100,00%</b>	<b>27.625</b>	<b>100,00%</b>

### 3.1.3.5. Salarios adecuados (S1-10)

En el Grupo EROSKI establecemos salarios justos y competitivos, alineados con el mercado salarial a nivel nacional, sectorial o provincial, y considerando la función o puesto de trabajo. Estas remuneraciones se diseñan teniendo en cuenta la normativa vigente, garantizando la igualdad y la no discriminación por razón de sexo, raza o ideología, así como la igualdad retributiva para puestos de igual valor.

### 3.1.3.6. Personas con discapacidad (S1-12)

A cierre del ejercicio 2025, contamos con un 1,27% de personas con discapacidad en el Grupo EROSKI. Este dato refleja nuestro compromiso con la inclusión y la igualdad de oportunidades en el empleo.

Durante este periodo hemos continuado impulsando distintas iniciativas orientadas a favorecer la integración laboral de personas con discapacidad. Entre ellas, mantenemos nuestro convenio de colaboración con Down Coruña, mediante el cual seguimos trabajando conjuntamente para promover la inclusión laboral y contribuir a un envejecimiento digno de las personas con síndrome de Down.

Asimismo, en 2025 reforzamos nuestra colaboración con Fundación Integra, entidad dedicada a facilitar la inserción laboral de personas pertenecientes a colectivos con especiales dificultades de acceso al empleo. Con este fin, en mayo de 2025 pasamos a formar parte de la Red de Empresas "Compromiso Integra", lo que nos ha permitido intensificar nuestra aportación a la creación de empleo responsable. Fruto de esta colaboración, durante el ejercicio incorporamos a 24 personas en Cataluña, Baleares y Zaragoza, con una valoración muy positiva en el 85% de los casos.

En Baleares, ampliamos además nuestra colaboración con otras entidades sociales como la Fundación para Personas con Discapacidad de Menorca, la Fundación Coordinadora y el Centro de Educación Especial Son Ferriol, desarrollando programas de prácticas en nuestras tiendas durante 2025.

El 3 de diciembre de 2025, coincidiendo con el Día Internacional de las Personas con Discapacidad, la UNAC (Unión de Asociaciones, Centros y Federaciones de Asistencia a Personas con Discapacidad de Baleares) nos otorgó un galardón en la categoría de entidad privada

colaboradora. Este reconocimiento pone en valor nuestro papel en la mejora de la calidad de vida y la defensa de los derechos de las personas con discapacidad, así como el apoyo a sus familias y a los profesionales que las atienden.

Por otra parte, en 2025 FORUM SPORT avanzó también en la inclusión de personas con discapacidad mediante colaboraciones con diversas entidades, acogiendo a tres personas en prácticas pertenecientes a este colectivo. En Gipuzkoa, FORUM SPORT mantiene una colaboración estrecha con Gureak, y en Asturias continúa su trabajo conjunto con COCEMFE (Confederación Española de Personas con Discapacidad Física y Orgánica).

Tabla 71. Personas trabajadoras con discapacidad por categoría profesional

	2025		2024	
	N.º	% <sup>1</sup>	N.º	% <sup>1</sup>
Dirección	-	-	-	-
Gestión	2	0,56%	3	0,85%
Mando	7	1,96%	9	2,55%
Profesional	321	89,92%	319	90,37%
Responsable	20	5,60%	15	4,25%
Técnico/a	7	1,96%	7	1,98%
<b>Total</b>	<b>357</b>	<b>100,00%</b>	<b>353</b>	<b>100,00%</b>

<sup>1</sup> Porcentaje respecto al total de personas con discapacidad.

### 3.1.3.7. Parámetros de formación y desarrollo de capacidades (S1-13)

En el Grupo EROSKI velamos por el desarrollo de nuestros profesionales, tanto en tiendas como en las estructuras, plataformas y negocios de diversificación. El desarrollo de talento interno constituye una pieza clave para la consecución de nuestra estrategia.

Durante el ejercicio 2025 hemos reforzado la capacitación de las personas para prepararlas de cara a posiciones de mayor responsabilidad. Para ello, en el marco de los programas MBA Gestores de Negocio, Eroski SUMMA y Gestores con Potencial, actualmente estamos trabajando con un colectivo de 56 personas, de las cuales el 66% son mujeres.

Asimismo, hemos impartido la formación de Inserción a la Cooperativa a 684 personas socias de duración determinada en dos fases. Además, hemos incrementado las capacidades de gestión y habilidades del personal de nuestros puntos de venta a través de las Escuelas de Frescos, con el objetivo de promover el dominio del oficio y asegurar el mejor servicio a nuestra clientela.

En el ejercicio 2025 hemos continuado aumentando nuestro esfuerzo formativo, hemos finalizado el año con 298.632 horas dedicadas al aprendizaje, lo que supone un crecimiento del 5% respecto al periodo anterior.

Tabla 72. Personas que participaron en evaluaciones de rendimiento y desarrollo profesional

	2025			2024		
	Mujer	Hombre	Total	Mujer	Hombre	Total
Dirección	19	47	66	20	51	71
Gestión	113	104	217	104	114	218
Mando	567	272	839	629	289	918
Profesional	9.461	2.703	12.164	11.378	2.985	14.363
Responsable	1.253	288	1.541	1.423	330	1.753
Técnico/a	487	362	849	494	345	839
<b>Total</b>	<b>11.900</b>	<b>3.776</b>	<b>15.676</b>	<b>14.048</b>	<b>4.114</b>	<b>18.162</b>
Población susceptible a recibir evaluaciones	18.296	5.498	23.794	18.284	5.431	23.715
Porcentaje de participantes	64,95%	68,61%	65,80%	76,83%	75,75%	76,58%

Tabla 73. Número medio de horas de formación por sexo y categoría profesional

	2025			2024		
	Mujer	Hombre	Total	Mujer	Hombre	Total
Dirección	21,08	27,75	25,68	14,10	14,60	14,40
Gestión	26,41	17,96	22,17	12,10	6,30	9,10
Mando	14,47	18,07	15,59	12,50	16,40	13,70
Profesional	10,16	10,24	10,18	9,40	11,00	9,80
Responsable	7,65	8,46	7,80	10,00	10,40	10,00
Técnico/a	18,7	13,80	16,57	18,00	20,30	19,00
<b>Total</b>	<b>10,44</b>	<b>11,04</b>	<b>10,59</b>	<b>9,90</b>	<b>11,80</b>	<b>10,30</b>

Tabla 74. Cantidad de horas de formación por categoría profesional

	2025	2024	%2025/2024
Dirección	1.823,51	1.083,00	68,38%
Gestión	6.317,45	2.617,00	141,40%
Mando	17.213,98	14.931,00	15,29%
Profesional	234.467,77	219.387,00	6,87%
Responsable	20.081,85	26.032,00	-22,86%
Técnico/a	18.727,70	20.999,00	-10,82%
<b>Total</b>	<b>298.632,26</b>	<b>285.049,00</b>	<b>4,77%</b>

### 3.1.3.8. Parámetros de salud y seguridad (S1-14)

En el Grupo tenemos el firme compromiso de proteger y mejorar la salud de nuestras personas trabajadoras, desarrollando para ello una labor proactiva en materia de seguridad y salud.

Tabla 75. Personal propio<sup>1</sup> cubierto por el sistema de gestión de salud y seguridad

	2025	2024
Mujeres	100,00%	100,00%
Hombres	100,00%	100,00%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

<sup>1</sup>En número de personas, no en equivalentes a jornada completa.

Tabla 76. Número de muertes como consecuencia de lesiones y problemas de salud relacionados con el trabajo

	2025		2024	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Número de muertes como consecuencia de lesiones y problemas de salud relacionados con el trabajo	-	-	-	-

Tabla 77. Número y tasa de accidentes de trabajo registrables

	2025		2024	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
N.º de accidentes con baja leve	933	395	833	368
N.º de accidentes con baja grave	-	1	3	-
<b>N.º de accidentes totales</b>	<b>933</b>	<b>396</b>	<b>836</b>	<b>368</b>
Índice de gravedad <sup>1</sup>	1,03	0,82	1,43	1,28
Índice de frecuencia <sup>2</sup>	27,20	33,72	24,66	32,31
N.º de enfermedades profesionales	39	3	39	5

<sup>1</sup> Jornadas perdidas \* 1.000 / Horas totales trabajadas

<sup>2</sup> Accidentes con baja \* 1.000.000 / Horas totales trabajadas

Tabla 78. Número de horas de absentismo

	2025	2024
Número de horas de absentismo	4.848.512,66	4.485.002,26

### 3.1.3.9. Parámetros de conciliación laboral (S1-15)

Uno de los ejes de nuestro Plan de Igualdad, explicado en el apartado [3.1.2.1](#) del presente capítulo, consiste en la conciliación de la vida personal y profesional. En el Grupo EROSKI contamos con permisos adicionales a los que la legislación establece, e impulsamos entornos y horarios de trabajo flexibles que permitan un equilibrio entre la vida personal y profesional. El 100% de las personas trabajadoras del Grupo EROSKI tienen derecho a acogerse a permisos por motivos familiares, de los cuales 13,35% (15,55% mujeres y 6,53% hombres) se acogieron al mismo.

Tabla 79. Porcentaje de personas asalariadas que se han acogido a permisos por motivos familiares

	2025	2024
Mujeres	15,55%	16,49%
Hombres	6,53%	6,50%
<b>Total</b>	<b>13,35%</b>	<b>15,31%</b>

Tabla 80. Distribución por sexo de personas con reducción de jornada según causa

	2025					
	Mujeres		Hombres		Total	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Por guarda legal	1.640	94,85%	89	5,15%	1.729	73,54%
Por cuidado de familiares	474	94,80%	26	5,20%	500	21,27%
Voluntaria	115	94,26%	7	5,74%	122	5,19%
<b>Personas acogidas a permisos</b>	<b>2.229</b>		<b>122</b>		<b>2.351</b>	
Personas con derecho a este permiso	21.315	100,00%	6.888	100,00%	28.203	100,00%

	2024					
	Mujeres		Hombres		Total	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Por guarda legal	1.932	96,55%	69	3,45%	2.001	79,47%
Por cuidado de familiares	403	95,50%	19	4,50%	422	16,76%
Voluntaria	87	21,58%	8	8,42%	95	3,77%
<b>Total</b>	<b>2.422</b>		<b>96</b>		<b>2.518</b>	
Personas con derecho a este permiso	21.099	100,00%	6.526	100,00%	27.625	100,00%

Tabla 81. Distribución por sexo de personas con excedencia según causa

	2025					
	Mujeres		Hombres		Total	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Por guarda legal	219	93,19%	16	6,81%	235	28,45%
Por cuidado de familiares	159	93,53%	11	6,47%	170	20,58%
Voluntaria	321	76,25%	100	23,75%	421	50,97%
<b>Total</b>	<b>699</b>		<b>127</b>		<b>826</b>	
Personas con derecho a este permiso	21.315	100,00%	6.888	100,00%	28.203	100,00%

	2024					
	Mujeres		Hombres		Total	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Por guarda legal	248	96,88%	8	3,13%	256	30,99%
Por cuidado de familiares	159	94,08%	10	5,92%	169	20,46%
Voluntaria	316	78,80%	85	21,20%	401	48,55%
<b>Total</b>	<b>723</b>		<b>103</b>		<b>826</b>	
Personas con derecho a este permiso	21.099	100,00%	6.526	100,00%	27.625	100,00%

**Tabla 82. Distribución por sexo de permisos parentales**

	2025			2024		
	Mujer	Hombre	Total	Mujer	Hombre	Total
N.º de personas con derecho a este permiso	21.315	6.888	<b>28.203</b>	21.099	6.526	<b>27.625</b>
% de personas con derecho a este permiso	100,00%	100,00%	<b>100,00%</b>	100,00%	100,00%	<b>100,00%</b>
N.º de personas que se han acogido al permiso parental	387	201	<b>588</b>	280	226	<b>506</b>
N.º de personas que han regresado al trabajo tras el permiso parental en 2025	292	169	<b>461</b>	182	189	<b>371</b>
Tasa de regreso al trabajo tras finalizar el permiso parental en 2025	75,45%	84,08%	<b>78,40%</b>	70,98%	84,96%	<b>76,80%</b>
Personas que continúan en Grupo EROSKI 12 meses después de reincorporarse tras un permiso parental en 2024	247	175	<b>422</b>	225	192	<b>417</b>

### 3.1.3.10. Parámetros de remuneración (brecha salarial y remuneración) (S1-16)

La Política de Retribución del Grupo EROSKI se basa en los principios de no discriminación por razón de sexo, raza o ideología, así como por el principio de equidad retributiva, de forma que a mayor contenido organizativo mayor es la retribución. En este sentido, la retribución de referencia por categoría profesional en el Grupo EROSKI es igualitaria entre hombres y mujeres. La valoración del contenido organizativo (nivel) de cada ocupación se determina mediante un sistema internacional de puntos por factor y la curva retributiva de cada sociedad asigna para cada nivel su retribución asociada atendiendo a los principios de la política.

La brecha salarial, que es muy estrecha y se reduce progresivamente, se debe a la distribución dispar de mujeres y hombres en los distintos niveles de responsabilidad dentro de la misma categoría profesional y a la evolución histórica de las retribuciones.

La brecha salarial calculada de acuerdo con la fórmula indicada en la normativa CSRD asciende a 13,05% en el ejercicio 2025. Este dato se calcula teniendo en cuenta la compensación total anual (retribución fija más retribución variable target) de todas las personas trabajadoras del Grupo EROSKI en España, en función de las horas anuales de trabajo de referencia.

Se espera que progresivamente la brecha disminuya, gracias a la renovación natural de nuestro equipo y a la mayor presencia de mujeres en puestos de mayor responsabilidad dentro de la misma categoría profesional

Tabla 83. Brecha salarial (euros)

	2025		2024	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Remuneración bruta media por hora	14,54	12,64	14,17	12,30
<b>Brecha salarial<sup>1</sup></b>		<b>13,05%</b>		<b>13,20%</b>

<sup>1</sup> ((Nivel medio de remuneración bruta por hora de los empleados hombres - Nivel medio de remuneración bruta por hora de las empleadas) / Nivel medio de remuneración bruta por hora de los empleados hombres \*100)

Aplicamos el principio de solidaridad retributiva en toda la organización en concordancia con nuestros valores, alineando así nuestra cultura corporativa con nuestra forma de actuar día a día. Esto se traduce en una estrecha horquilla salarial entre los puestos con menor responsabilidad y los de la Alta Dirección. Esta situación difiere ampliamente de las empresas del IBEX 35, en las que, según el más reciente estudio publicado por la Fundación 1º Mayo sobre la evolución de las empresas del IBEX 35 en el año 2023, el primer ejecutivo de las empresas del IBEX 35 gana 73 veces más que el salario medio de su plantilla.

En el Grupo EROSKI la solidaridad retributiva implica que la remuneración del Consejo de Dirección es entre un 66% y un 75% inferior respecto al valor del mercado.

Tabla 84. Relación entre la remuneración de la persona mejor pagada y la remuneración media de los asalariados (excluida la persona mejor pagada)

	2025	2024
Teniendo en cuenta a todas las personas trabajadoras	17,4	13,3
Teniendo en cuenta solo a aquellas que han estado dadas de alta todo el ejercicio	11,6	9,0

El Comité de Valoración de Puestos de Trabajo es un órgano asesor técnico del Consejo de dirección y está formado por siete personas socias de la cooperativa nombradas por el Consejo de Dirección y el Consejo Social.

Este Comité se encarga de definir el nivel organizativo de las diferentes ocupaciones teniendo en cuenta las responsabilidades, funciones, capacidades y competencias requeridas para cada puesto de trabajo. Las propuestas de actualización de remuneraciones corresponden a la Dirección Social, que, tras presentarlas en el Consejo de Dirección y en el Consejo Social, son validadas por el Consejo de Dirección y aprobadas por el Consejo Rector. Por su parte, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones es la que propone al Consejo Rector la política retributiva de la alta dirección, siguiendo el mismo modelo anteriormente descrito.

La retribución en Grupo EROSKI es pública, igualitaria entre hombres y mujeres, y depende del puesto y no de otros factores como la negociación individual. Además, para facilitar la captación y la retención del talento, se aplica el principio de competitividad externa, adecuando la retribución a los niveles más generalizados en las empresas del sector. Así, en el caso del

convenio de supermercados, el salario base mínimo es un 5,29% superior al salario mínimo interprofesional en España.

Además, los miembros del Consejo Rector, nuestro órgano superior de gobierno, no perciben retribución fija ni variable alguna por esta labor, excepto los costes de desplazamientos a las reuniones de dicho órgano.

Tabla 85. Remuneración media y su evolución por sexo (euros)

	2025	2024
Mujeres	21.681	21.079
Hombres	23.855	23.249

Tabla 86. Remuneración media y su evolución por edad (euros)

	2025	2024
< 30 años	19.894	19.218
30-50 años	21.712	21.308
> 50 años	25.288	24.369

Tabla 87. Remuneración media y su evolución por clasificación profesional (euros)

	2025	2024
Dirección	97.526	90.513
Gestión	59.059	56.789
Mando	39.422	37.635
Profesional	20.413	19.836
Responsable	26.012	24.733
Técnico/a	37.547	36.040
<b>Total</b>	<b>22.273</b>	<b>21.650</b>

Tabla 88. Remuneración media de los consejeros y directivos por sexo (euros)<sup>1</sup>

	2025	2024
Mujeres	143.503	135.615
Hombres	120.490	116.247
<b>Total</b>	<b>128.161</b>	<b>122.703</b>

<sup>1</sup> Incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción.

### 3.1.3.11. Incidentes, reclamaciones e incidencias graves relacionados con los derechos humanos (S1-17)

Durante el periodo de referencia, hemos presentado 43 comunicaciones a través de los canales habilitados por el Grupo EROSKI para que el personal propio pueda expresar sus inquietudes: Canales Internos de Información y a través de otros canales internos del Área Social (línea de mando).

Tabla 89. Comunicaciones recibidas

	2025			2024		
	Canales Internos de Información	Otros canales internos	Total	Canales Internos de Información	Otros canales internos	Total
Acoso	2	10	12	6	13	19
Discriminación	-	-	-	-	-	-
Otros motivos	23	8	31	39	-	39
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>18</b>	<b>43</b>	<b>45</b>	<b>13</b>	<b>58</b>

En cumplimiento con la normativa vigente, durante el período de referencia, de las 12 comunicaciones de acoso recibidas se han confirmado 3 casos, los cuales han sido tratados por la Comisión Instructora de Acoso abierta a tal efecto, garantizando la confidencialidad y la protección de quienes presentan sus inquietudes. El resto de las comunicaciones presentadas tienen que ver con incidencias de otra índole como: faltas de respeto a compañeros, no entrega de calendarios, malas palabras, exceso de horas, deterioro del bienestar laboral, etc.

Respecto a las implicaciones financieras, no se ha abonado importe alguno por multas, sanciones e indemnizaciones por daños y perjuicios derivados de los casos y reclamaciones mencionados anteriormente. En el supuesto de abonarse importe alguno por estas causas se presentaría en la Nota 25 Otros Gastos de las 'Cuentas anuales consolidadas de Eroski, S. Coop. y sociedades dependientes correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de enero de 2026'. En el Grupo EROSKI continuamos trabajando en la mejora de nuestras políticas y procedimientos para prevenir futuras incidencias y fomentar un ambiente laboral seguro y respetuoso para todos.

En el Grupo EROSKI no hemos registrado ningún caso de incidentes graves relacionados con los derechos humanos, como trabajo forzoso, trata de seres humanos o trabajo infantil entre nuestro personal durante este ejercicio. Esta ausencia de casos confirma nuestro compromiso con el cumplimiento de los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos, la Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo y las Directrices de la OCDE para Empresas.

## 3.2. NEIS S2 – Trabajadores de la cadena de valor

### 3.2.1. Estrategia

#### 3.2.1.1. Intereses y opiniones de las partes interesadas (NEIS 2 SBM-2)

En el Grupo EROSKI fomentamos la interacción y la cooperación de los trabajadores de la cadena de valor con el objeto de integrar sus intereses, opiniones y derechos en nuestra estrategia de sostenibilidad. Para ello, contamos con canales y mecanismos de comunicación que nos permiten recibir información de cada grupo de interés. El Comité de Sostenibilidad evalúa el contenido de esta información y su posible incorporación a la Estrategia de Sostenibilidad del Grupo.

Al hablar de los trabajadores de la cadena de valor, estamos considerando a las personas trabajadoras de los agentes situados aguas arriba y aguas abajo en nuestra cadena de valor, como lo son las empresas proveedoras y las franquicias. Para conocer más detalle sobre nuestra cadena de valor, consulte el apartado sobre estrategia [1.1.3.1](#) del capítulo 'NEIS 2 – Información general'.

Tabla 90. Mecanismos de comunicación y colaboración con los agentes de la cadena de valor

Grupo de interés	Mecanismos de comunicación y colaboración	Cuestiones y preocupaciones clave	Resultados de la colaboración
Empresas proveedoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>Servicio de atención a proveedores y portal de proveedores.</li> <li>Boletines informativos: InfoEROSKI y Newsletter.</li> <li>Acuerdos con PYME.</li> <li>Convenios de colaboración con entidades oficiales.</li> <li>Mesas sectoriales.</li> <li>Auditorías (control calidad...).</li> <li>Foros permanentes y ocasionales.</li> <li>Programas de acompañamiento.</li> <li>Canal de Denuncia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anticorrupción.</li> <li>Cumplimiento normativo.</li> <li>Trazabilidad del producto.</li> <li>Desempeño económico.</li> <li>Competencia desleal.</li> <li>Competitividad en el mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Construcción de relaciones sólidas.</li> <li>Seguimiento periódico de KPI relevantes.</li> <li>Mejoras en nuevos procesos y buenas prácticas.</li> <li>Planes conjuntos de reducción de residuos y de impacto medioambiental a nivel de operaciones.</li> <li>Gestión colaborativa ante proyectos o crisis de servicios.</li> </ul>
Empresas emprendedoras franquiciadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicaciones directas a través del jefe de zona.</li> <li>Intranet: Club del franquiciado.</li> <li>Auditorías (control de higiene, calidad, ...)</li> <li>Canal de Denuncia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Competitividad en el mercado.</li> <li>Impulso de proveedores locales.</li> <li>Atención al cliente.</li> <li>Desarrollo social y económico del entorno.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Construcción de relaciones sólidas.</li> <li>Mejora de la transparencia y rigor en la información.</li> <li>Mejoras en productos y servicios.</li> </ul>

Grupo de interés	Mecanismos de comunicación y colaboración	Cuestiones y preocupaciones clave	Resultados de la colaboración
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuestas de satisfacción.</li> <li>Programa 'contigo' en franquicia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trazabilidad de producto. Cumplimiento normativo.</li> </ul>	

El proceso de análisis de doble materialidad es una fuente para recoger información sobre los intereses y opiniones de las empresas proveedoras y franquiciadas para su evaluación e incorporación en nuestra estrategia. En la sección [1.1.4.1](#) del capítulo 'NEIS - 2 Información general', se explica en detalle el proceso seguido.

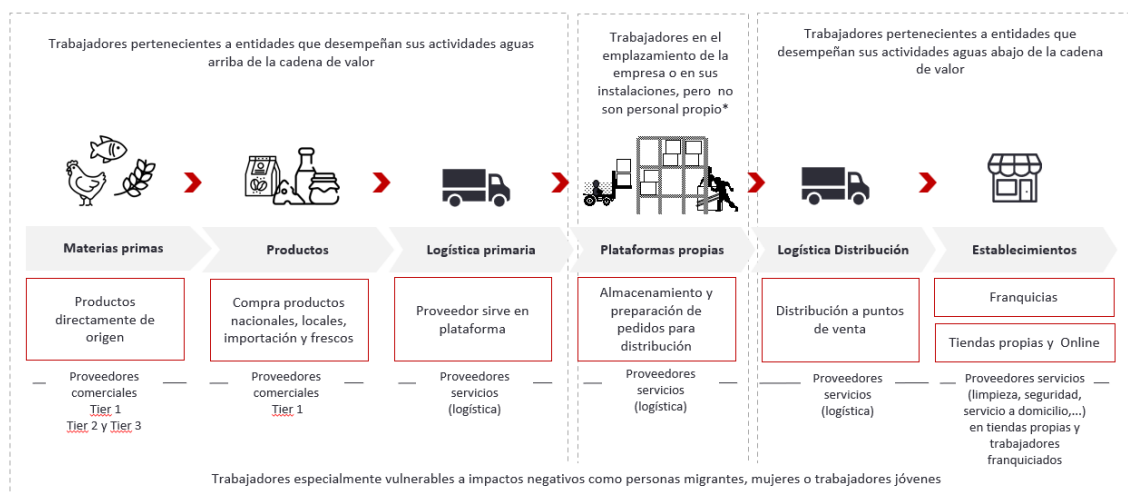
Asimismo, contamos con tres vías principales para recoger información relativa a los intereses y opiniones de los trabajadores de la cadena de valor:

- Participación en asociaciones y diálogo sectorial.
- Desarrollo de programas de acompañamiento y colaboración con nuestros proveedores.
- Comunicaciones directas de nuestros franquiciados con los jefes de zona, y encuestas de satisfacción dirigidas a las franquicias.

Estas iniciativas se encuentran explicadas en detalle en el apartado [3.2.2.2](#) del presente capítulo; y los mecanismos de comunicación con las empresas proveedoras se desarrollan también en el apartado [4.1.2.3](#) del capítulo 'NEIS GI - Conducta empresarial'.

### 3.2.1.2. Impactos, riesgos y oportunidades materiales y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio (NEIS 2 SBM-3)

Ilustración 6. Trabajadores de la cadena de valor



Dentro del alcance de divulgación de información en relación con los trabajadores de la cadena de valor, se han considerado todas las empresas proveedoras del nivel Tier 1 que pueden verse afectadas de forma significativa por el Grupo EROSKI.

A continuación, indicamos los diferentes tipos de trabajadores de la cadena de valor, potencialmente impactados negativa o positivamente por las actividades del Grupo EROSKI y su cadena de valor, incluidos en el alcance de este informe y cubiertos en este capítulo:

### **Personal que desarrolla su actividad en nuestras instalaciones, pero no pertenece al personal propio**

En nuestras tiendas e instalaciones contamos con personal ajeno al Grupo EROSKI especializado en servicios de seguridad, mantenimiento y limpieza. Los convenios colectivos aplicables en las industrias de seguridad y limpieza incluyen cláusulas que obligan a las empresas contratistas a subrogar al personal en caso de cambio de empresa adjudicataria.

En el área de mantenimiento, por el tipo de trabajo que se desempeña y por la casuística tan dispar que hay en las tiendas, colaboramos con aproximadamente 800 contratistas diferentes que prestan servicios en temas de frío, climatización, electricidad, obra civil, cerrajería, equipamiento de tienda, desratización, legionela y otros. Muchas de estas contratistas utilizan la herramienta Coodinaware, que nos permite tener una mejor visibilidad para controlar y monitorear la documentación vinculada a la Coordinación de Actividades Empresariales. De esta manera, podemos comprobar el estado documental de las contratistas y su personal, así como realizar el seguimiento del avance en el cumplimiento de las obligaciones de la Coordinación de Actividades Empresariales previstas en el artículo 42 del Estatuto de los Trabajadores.

Otro de los servicios que se desarrolla en nuestras instalaciones con personal externo es el de logística. Para ello, contamos con una red compuesta por 19 plataformas propias y 13 de terceros, desde las que se abastecen todos los establecimientos del Grupo en el país. Alineados con nuestro compromiso medioambiental y social, colaboramos con la Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC), una de las principales organizaciones empresariales del país y la única que reúne a representantes de todos los eslabones de la cadena de valor (sector primario, industria, distribución y operadores intermedios) de diferentes sectores profesionales.

Uno de los mayores retos de las cadenas de suministro es la captación y retención del talento en todas sus etapas, especialmente en profesiones que implican condiciones laborales exigentes. A ello se suma la transformación digital, que exige competencias técnicas cada vez más especializadas y demanda programas de capacitación eficaces. En el Grupo EROSKI somos conscientes de la importancia de la gestión del talento como un nuevo desafío para el adecuado funcionamiento de las diferentes áreas de la cadena de suministro.

Los operadores logísticos que colaboran con el Grupo EROSKI operan en el territorio nacional y se comprometen a cumplir con las disposiciones legales vigentes, especialmente aquellas relacionadas con la seguridad y el derecho laboral. Asimismo, se comprometen a respetar la legislación medioambiental aplicable para prevenir o minimizar los impactos negativos sobre las personas y el entorno. También se adhieren a la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño de 20 de noviembre de 1989, que prohíbe la explotación infantil, y se abstienen de recurrir, en cualquier forma, al trabajo forzado u obligatorio, conforme a lo definido

en el artículo 1 de la Convención de 25 de junio de 1957 de la Organización Internacional del Trabajo sobre la abolición del trabajo forzado.

### Personal que desarrolla su actividad para entidades de fases anteriores de la cadena de valor

En el Grupo EROSKI adquirimos y distribuimos productos de terceros, por lo que en este grupo consideramos principalmente al personal de las empresas proveedoras de productos del nivel Tier 1:

Por ubicación:

- **Proveedores locales:** pequeños productores del entorno más próximo (región).
- **Proveedores y acreedores nacionales:** ubicados en España, en las cuales también se incluye a los proveedores locales.
- **Proveedores y acreedores intracomunitarios:** ubicados en países miembros de la Unión Europea distintos a España.
- **Proveedores y acreedores de importación:** ubicados en países fuera de la Unión Europea.

Por marca de producto:

- **Proveedores de marca propia:** producen productos de nuestras marcas propias.
- **Proveedores de marca fabricante:** producen sólo productos de sus propias marcas.

Tabla 91. Número de proveedores de mercancía y acreedores de servicios

	2025		2024	
	N.º	%	N.º	%
Proveedores y acreedores nacionales <sup>1</sup>	9.486	95,86%	9.278	95,80%
Proveedores y acreedores intracomunitarios	278	2,81%	300	3,10%
Proveedores y acreedores de importación	132	1,33%	107	1,10%
<b>Total de proveedores y acreedores</b>	<b>9.896</b>	<b>100,00%</b>	<b>9.685</b>	<b>100,00%</b>
Proveedores de marca propia	700	7,07%	661	6,82%
Proveedores locales <sup>1</sup>	2.315	23,39%	2.027	20,93%

<sup>1</sup> El número de proveedores locales se incluye también dentro de los proveedores y acreedores nacionales.

En la actualidad, más de la mitad de nuestros proveedores comerciales (el 56%) son productores locales (normalmente pequeñas y medianas empresas agroalimentarias). Consideramos proveedores locales de una comunidad autónoma a aquellos proveedores que, radicados en ella, nos hayan provisto de productos regionales o locales, es decir, comercializados únicamente en esa comunidad autónoma (consumo de proximidad).

Es importante destacar que, los proveedores con los que colaboramos son principalmente nacionales, por lo que sus trabajadores están sujetos al ordenamiento jurídico español y a las normas de desarrollo correspondientes. La relación con los proveedores internacionales se describe en mayor detalle en el apartado [3.2.2.4](#) del presente capítulo.

### **Personal que desarrolla su actividad para entidades de fases posteriores de la cadena de valor de la empresa**

En el Grupo EROSKI contamos con una amplia red de franquicias del negocio de alimentación presentes en todo el territorio español, así como en Gibraltar y Andorra. Además, dentro del área de ocio y deporte de FORUM SPORT, seguimos consolidando y ampliando este modelo de negocio, con previsiones de continuar impulsándolo mediante nuevas aperturas.

El detalle del número de centros, su actividad y su ubicación lo podemos encontrar en la [Tabla 15](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general'. Con todas nuestras franquicias de las enseñas EROSKI city o Rapid hemos suscrito un contrato denominado 'Contrato de Franquicia Integral', que implica un control por nuestra parte como franquiciador, asegurando que se mantenga la identidad de la red y se cumplan las condiciones estipuladas. A cierre del ejercicio 2025, contamos con aproximadamente 3.700 personas empleadas en nuestras franquicias, considerando una media de seis personas por tienda franquiciada.

Asimismo, en relación con los trabajadores de las franquicias, en el contrato se estipula que el franquiciado se compromete a cumplir con los principios fundamentales de la Organización Internacional de Trabajo y los Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, tal y como se recoge en el apartado [3.2.2.1](#) del presente capítulo.

Por otro lado, la relación con nuestras empresas proveedoras de servicios logísticos, aguas abajo, la hemos detallado previamente en el epígrafe 'Personal que desarrolla su actividad en nuestras instalaciones, pero no pertenece al personal propio' de este mismo apartado.

### **Personas trabajadoras especialmente vulnerables a impactos negativos**

El personal especialmente vulnerable como personas migrantes, mujeres o trabajadores jóvenes, está presente en toda la cadena de valor, independientemente de la fase en la que desarrollen su actividad. En coherencia con ello, en el Grupo EROSKI contamos con una Política de Igualdad, Diversidad e Inclusión cuyos compromisos se extienden también a nuestra cadena de valor. Esta Política recoge la prohibición de cualquier forma de discriminación, la promoción de la igualdad de oportunidades y la inclusión, así como el establecimiento de procedimientos para prevenir, eliminar y atender cualquier caso de discriminación que pueda surgir.

Hacemos esfuerzos para integrar a las personas trabajadoras especialmente vulnerables de nuestra cadena de valor, a través de los programas que describimos en el [3.2.2.4](#) de este capítulo.

La contribución indirecta a condiciones laborales inadecuadas en la cadena de valor constituye un impacto potencialmente negativo, especialmente en empresas proveedoras con mayor nivel de riesgo, como las vinculadas al sector textil y a productos de no alimentación ubicadas en Asia. Este riesgo afecta de manera particular al personal especialmente vulnerable, como personas migrantes, mujeres o trabajadores jóvenes, independientemente de la fase de la cadena de valor en la que se encuentren. Las condiciones laborales inadecuadas pueden generar inestabilidad en la cadena de valor del Grupo EROSKI, además de vulneraciones de derechos humanos con posibles sanciones asociadas y efectos negativos sobre la reputación e imagen de la empresa.

## 3.2.2. Gestión de impactos, riesgos y oportunidades

### 3.2.2.1. Políticas relacionadas con los trabajadores de la cadena de valor (S2-1)

Los valores y principios de nuestra cultura corporativa se reflejan en un conjunto de políticas y prácticas que fomentan un entorno de responsabilidad, cumplimiento normativo y respeto a los derechos humanos. Estos compromisos se extienden, siempre que procede, a todas las empresas proveedoras y franquiciadas que forman parte de nuestra cadena de valor. La relación completa de políticas corporativas puede consultarse en el apartado [1.1.4.3](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general'.

#### Políticas relativas a los trabajadores de la cadena de valor

Para garantizar condiciones laborales responsables en la cadena de valor, el Grupo EROSKI cuenta con un conjunto de políticas y compromisos relativos a los trabajadores de las empresas proveedoras y franquiciadas y a sus representantes. Entre las más relevantes se encuentran:

- Código de Conducta.
- Planes de Prevención de Riesgos Penales.
- Política Anticorrupción.
- Política de Igualdad, Diversidad e Inclusión.
- Normativa en materia de protección de datos y privacidad.
- Manual de Prevención de Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo.
- Protocolos contra el acoso sexual.
- Políticas relacionadas con la sostenibilidad y protección al medioambiente.
- Diez Compromisos por la Salud y Sostenibilidad y Cinco Compromisos Contigo.
- Política del Sistema Interno de Información y Defensa del Informante.

#### Compromiso en materia de derechos humanos

Tal como se refleja en el apartado [1.1.2.4](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general', en el Grupo EROSKI reconocemos la importancia de velar por el cumplimiento y protección de los derechos humanos en las operaciones propias y la cadena de valor. Este compromiso se reconoce de forma expresa en nuestra Política de Derechos Humanos, desarrollada en el apartado [3.1.2.1](#) del capítulo 'NEIS S1 - Personal propio'.

Nuestros estándares se basan en los convenios fundamentales de la Organización Internacional de Trabajo (OIT) y los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, del que formamos parte desde 2002.

Las políticas específicas que complementan este marco son las siguientes:

- **Código de Conducta:** establece las pautas que deben orientar el comportamiento diario en el Grupo EROSKI. Incluye la obligación de comunicar cualquier irregularidad detectada, también cuando afecte a empresas proveedoras, contratistas, socios comerciales o colaboradores externos. Desde el Grupo EROSKI nos aseguramos de que estas pautas se extiendan a toda la cadena de valor y no admitimos prácticas

contrarias a los convenios fundamentales de la OIT ni a la Carta Internacional de los Derechos Humanos. Tampoco entre las empresas proveedoras, contratistas, franquiciadas o, en general, empresas colaboradoras. (véase el apartado [4.1.2.2](#) del capítulo 'NEIS G1 - Conducta empresarial').

- **Política Anticorrupción:** establece un principio de tolerancia cero frente a cualquier conducta ilícita o contraria a nuestros valores éticos. Es aplicable tanto al Grupo EROSKI como a proveedores, franquicias y socios comerciales. (véase el apartado [4.1.2.2](#) del capítulo 'NEIS G1 - Conducta empresarial').
- **Política de Igualdad, Diversidad e Inclusión:** establece compromisos para prevenir la discriminación, promover la igualdad de oportunidades y asegurar un entorno laboral inclusivo, principios que trasladamos también a nuestra cadena de valor (véase [3.1.2.1](#) del capítulo 'NEIS S1 - Personal propio').

Para formar parte de nuestra cadena de valor, exigimos a todas las empresas proveedoras y franquiciadas una gestión responsable de su plantilla, el cumplimiento legal en todos los ámbitos y la adhesión a nuestros requisitos éticos y de derechos humanos. Los contratos incluyen cláusulas que remiten a nuestros Planes de Prevención de Riesgos Penales, el Código de Conducta, el Resumen del Reglamento del Órgano de Control Interno y el Resumen del Reglamento del Canal de Denuncia. Además, internamente disponemos de un reglamento específico para prevenir la corrupción en la gestión de empresas proveedoras, contratistas y franquicias.

### **Incidencias de incumplimiento de los derechos humanos**

En el ejercicio 2025 no hemos registrado casos de violación o incumplimiento de los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos ni de la Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo que impliquen a trabajadores de la cadena de valor.

#### **3.2.2.2. Procesos para colaborar con los trabajadores de la cadena de valor en materia de impactos (S2-2)**

En el Grupo EROSKI queremos ser proactivos en la mejora de los agentes de nuestra cadena de valor, acompañándolos y formando parte en la transformación hacia un sistema productivo resiliente, ético, transparente y que cree riqueza y empleo. Como parte de nuestro proceso continuo de diligencia debida con los trabajadores de la cadena de valor, crear entornos colaborativos forma parte de la esencia del Grupo EROSKI por su origen cooperativo, y aporta beneficios desde el punto de vista económico, medioambiental, social y cultural.

Nos comprometemos a gestionar la información recibida de los grupos de interés en referencia a los trabajadores de cadena de valor, así como cualquier aspecto relacionado con la sostenibilidad para su tratamiento y análisis en el Comité de Sostenibilidad.

La responsabilidad operativa de esta gestión y colaboración con los trabajadores de la cadena de valor no recae en un único departamento, sino que, depende del agente de la cadena al que pertenecen. De este modo, la Dirección Comercial de Producto Local, por su estrecha relación con las empresas proveedoras locales, es quien lidera y tracciona la colaboración con

los proveedores locales. Por otro lado, cuando nos referimos a los trabajadores de cadena de valor de nuestros clientes franquiciados, es la Dirección de Franquicias quien gobierna todas las gestiones dirigidas a esta colaboración.

De forma más amplia, el Comité de Cumplimiento Normativo es el órgano que se encarga de velar por el cumplimiento de la Política de Derechos Humanos del Grupo EROSKI. Como se indica en el apartado [1.1.4.3](#) del capítulo 'NEIS 2 – Información general', promovemos que nuestros socios comerciales y otros colaboradores desarrollen sus actividades garantizando el respeto a los derechos humanos, de acuerdo con la normativa y convenios internacionales mencionados, así como lo establecido en la Política de Derechos Humanos.

### Colaboración con las empresas proveedoras

Tal como se recoge en el apartado [4.1.2.3](#) del capítulo 'NEIS G1 – Conducta empresarial', en el Grupo EROSKI gestionamos las relaciones con proveedores desde una perspectiva de responsabilidad social, sostenibilidad y conducta empresarial ética, asegurando la coherencia con nuestros compromisos y modelo de negocio. Tal como se recoge en dicho apartado, establecemos mecanismos de comunicación orientados a garantizar una comunicación fluida, transparente y bidireccional con nuestra red de proveedores.

### Participación del Grupo EROSKI en asociaciones y diálogo sectorial

En el Grupo EROSKI colaboramos de forma indirecta con los trabajadores de la cadena de valor mediante la participación activa en asociaciones sectoriales y, en particular, a través del Comité de Sostenibilidad de la Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC), en el que compartimos espacio con otras empresas distribuidoras y fabricantes del sector de la alimentación. Actualmente, la Dirección de Salud y Sostenibilidad del Grupo EROSKI ostenta la presidencia de dicho Comité.

Con una visión integral de la cadena de valor, desde el origen hasta el consumo, y con un enfoque multisectorial, este espacio de trabajo tiene como objetivo impulsar la sostenibilidad y la transparencia, reforzando la competitividad de todos los agentes que participan en la cadena alimentaria. En este marco, abordamos retos vinculados a la diligencia debida en la cadena de suministro, la escucha activa a entidades del tercer sector –en tanto que son grupos de interés relevantes para la cadena agroalimentaria, el sector de la distribución y el Grupo EROSKI– y la identificación de oportunidades de mejora sectorial en ámbitos ambientales y sociales.

Durante el año 2025, el Comité ha continuado el trabajo derivado del *benchmarking* de sostenibilidad llevado a cabo en el año 2024 y ha incorporado de manera estructurada la participación de organizaciones no gubernamentales de referencia en materia ambiental y social. Asimismo, ha generado conocimiento y promovido la puesta en marcha de proyectos sectoriales concretos que contribuyen a fortalecer la competitividad del sector en temas como descarbonización, desforestación, etiquetado accesible, biodiversidad y ecodiseño.

Además, el Comité de Sostenibilidad de AECOC impulsa diversos puntos de encuentro de alta participación y relevancia como el Congreso de Desarrollo Sostenible, el Congreso de Seguridad Alimentaria y la Semana de Prevención del Desperdicio Alimentario.

### Desarrollo de programas de acompañamiento a proveedores

En el año 2022 pusimos en marcha el Programa de Acompañamiento a Productores Locales como parte de nuestro compromiso con nuestras empresas proveedoras y con el entorno. Esta iniciativa busca, desde el diálogo y la mejora continua, facilitar la sostenibilidad del sector agroalimentario local, con un apoyo especial a los productores más pequeños. Sus principales objetivos son:

- Reforzar el conocimiento y colaboración con las empresas proveedoras locales del Grupo EROSKI.
- Proporcionar formación y apoyo a nuestra cadena de valor para avanzar juntos hacia sistemas de producción más sostenibles.
- Acompañar y guiar hacia una mayor calidad de los productos.
- Lograr una mayor transparencia con nuestros grupos de interés, en especial con las personas consumidoras, sobre la sostenibilidad de nuestros productos y cadena de valor.

El Programa persigue implantar de manera efectiva estrategias y prácticas que mejoren el desempeño ambiental, social y de gobierno corporativo en la cadena alimentaria. En nuestra colaboración y diálogo continuo con nuestros proveedores, detectamos la complejidad que supone para muchos de ellos, especialmente las pymes, adaptarse a las nuevas obligaciones normativas en estas temáticas y a las exigencias crecientes de la clientela en materia de sostenibilidad. Por eso en el Grupo EROSKI actuamos como un agente tractor en la cadena, tanto aguas arriba, ayudando a la adaptación de los procesos productivos de los alimentos que comercializamos, como aguas abajo, compartiendo esas mejoras en sostenibilidad de los productos con las personas consumidoras para favorecer elecciones de compra más responsables.

En este contexto, diseñamos esta iniciativa con distintas fases que nos permiten, en primer lugar, conocer en más detalle el estado de situación de nuestros proveedores, y, después, ofrecerles contenidos de valor que les ayudan a fortalecer sus conocimientos y recursos para la optimización de sus procesos y productos. Así, los participantes cumplimentan un cuestionario propio que aborda distintos aspectos de la calidad del producto y de la organización, concretamente: la calidad alimentaria, nutricional, comercial, ambiental y social, y la gobernanza.

Ilustración 7. Aspectos de la calidad del producto



A partir de las respuestas obtenidas, elaboramos un informe personalizado para cada proveedor con su valoración individual y comparativa con el resto del sector, además de sus fortalezas, áreas de mejora y su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Adicionalmente, generamos informes sectoriales de cada una de las Comunidades Autónomas en las que está activo el Programa para poder identificar las temáticas más relevantes para la mayoría de las empresas y trabajar en contenidos formativos que las refuercen. Para ello, buscamos la colaboración de agentes locales como clústeres alimentarios o la administración, tal como se detalla en el apartado [3.2.2.4](#) de este capítulo.

El Programa se lanzó por primera vez en el año 2022 en País Vasco y se ha extendido progresivamente a otras regiones, en Galicia en el año 2023, y Aragón y Navarra en el año 2024. En total, más de 390 empresas participan activamente en este programa.

### Colaboración con los emprendedores franquiciados

En el Grupo EROSKI el papel de los franquiciados es un eslabón muy importante en nuestro modelo de negocio. Desde el Grupo aportamos al franquiciado nuestra marca y nuestro conocimiento del sector, y a su vez, el franquiciado nos facilita el acercamiento a mercados locales de proximidad.

Nuestra relación con los franquiciados se sustenta en una colaboración muy estrecha:

- Contamos con la figura del jefe de zona que nos permite mantener una comunicación fluida y cercana con el franquiciado. El jefe de zona visita frecuentemente las tiendas franquiciadas que están dentro de su ámbito de gestión, para conocer sus inquietudes y necesidades y buscar el modo de satisfacerlas.
- Los franquiciados tienen acceso a nuestra web del Club del Franquiciado, donde pueden consultar y acceder a información de interés, como manuales, normativas, ofertas de servicios y otros.

Todos los años hacemos llegar a nuestros franquiciados una encuesta de satisfacción para que valoren los servicios que les prestamos tanto en el ámbito logístico, comercial, de administración o de asesoramiento. Les preguntamos a su vez, de manera abierta, qué aspectos de mejora o qué aportaciones deberíamos considerar para seguir mejorando en nuestra gestión. Desde el Departamento de Franquicias se recaban los resultados de estas encuestas y se comparten con las diferentes áreas para identificar puntos de mejora o aspectos a trabajar.

#### 3.2.2.3. Procesos para reparar los impactos negativos y canales para que los trabajadores de la cadena de valor expresen sus inquietudes (S2-3)

Contamos con Canales Internos de Información, accesibles a través de una plataforma online y disponible en el sitio web corporativo, para que cualquier trabajador de la cadena de valor pueda reportar y poner en conocimiento del responsable interno de información, irregularidades y comportamientos contrarios al marco legal vigente, a los Códigos de Conducta y a los principios éticos del Grupo. A fin de favorecer el uso de los Canales Internos de Información y la eficacia del sistema de información, la comunicación puede realizarse de forma anónima, absteniéndose el Grupo EROSKI de realizar ningún tipo de indagación respecto

a la identidad de aquellos informantes que hayan decidido mantenerse en el anonimato. En el Grupo EROSKI comunicamos el Código de Conducta a través de la web corporativa (<https://corporativo.eroski.es/quienes-somos/gestion-etica-y-responsable/>), y lo ponemos a disposición de todas las empresas proveedoras y empresas franquiciadas con el objetivo de que haya un entendimiento común de los límites dentro de la organización y de las normas para interactuar entre todas las personas que forman parte del Grupo EROSKI o se relacionan con nosotros. A través de la cláusula de *compliance* incorporada en los contratos, se adhieren a los Códigos de Conducta donde consta la disponibilidad de los Canales Internos de Información para el planteamiento de quejas y reclamaciones por parte de los trabajadores de la cadena de valor.

El Comité de Cumplimiento Normativo y el Comité de Cumplimiento en VEGALSA-EROSKI son los órganos responsables de los Canales Internos de Información, cuya Dirección actúa como representante ante los organismos públicos competentes, y cuenta con el apoyo de la Oficina de Cumplimiento y de la Sección de Cumplimiento del Departamento Jurídico, para la tramitación de las comunicaciones. El Canal garantiza la máxima confidencialidad y anonimato de los informantes, de la información comunicada y de las actuaciones realizadas, a través de una herramienta informática que refuerza las garantías necesarias y posibilita un mejor seguimiento de las consultas y comunicaciones formuladas a través de dicho Canal.

En caso de que se reciban a través de los Canales Internos de Información comunicaciones de los trabajadores de la cadena de valor, estas se tramitan conforme a lo recogido en el procedimiento de gestión de informaciones aprobado en el Grupo EROSKI. Si se detectan impactos adversos derivados de las actividades directamente relacionadas con sus negocios, en el Grupo EROSKI nos comprometemos a remediarlos de manera consensuada con las partes afectadas, con el objetivo de lograr una reparación efectiva y satisfactoria. En estos casos, se identifica a la población afectada, se evalúan la naturaleza y magnitud de los impactos utilizando metodologías basadas en estándares internacionalmente aceptados, y se propone una solución de remediación. Esta solución se discute con las partes afectadas para obtener su aprobación y alcanzar un acuerdo satisfactorio.

Tabla 92. Denuncias recibidas de trabajadores de la cadena de valor

	2025	2024
N.º de denuncias de trabajadores de la cadena de valor recibidas a través de los Canales Internos de Información	2	0

En 2025, hemos recibido 2 denuncias de casos de violaciones de los derechos humanos en nuestra cadena de valor. Tras la elaboración de los informes de investigación, ambos casos han sido cerrados por el Comité de Cumplimiento Normativo y la Comisión de Auditoría y Cumplimiento.

#### **3.2.2.4. Adopción de medidas relacionadas con los impactos sobre los trabajadores de la cadena de valor, enfoques para gestionar los riesgos y aprovechar las oportunidades relacionados y la eficacia de dichas actuaciones (S2-4)**

En el Grupo EROSKI velamos por una cadena de valor responsable para prevenir, mitigar y reparar los impactos negativos sobre los trabajadores de la cadena de valor, así como lograr impactos positivos para ellos. Para ello, en el ejercicio 2025, hemos trabajado en las siguientes medidas:

##### **Protección y exigencias a los agentes de nuestra cadena de valor**

En nuestros contratos con las empresas proveedoras y franquiciados se incluye una cláusula de responsabilidad social empresarial que informa sobre nuestros Planes de Prevención de Riesgos Penales, el Código de Conducta Corporativo, el Resumen del Reglamento del Órgano de Control Interno y el Resumen del Reglamento del Canal de Denuncia. Todos ellos están alineados con los requisitos de la Organización Internacional de Trabajo y los Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, al que pertenecemos desde 2002.

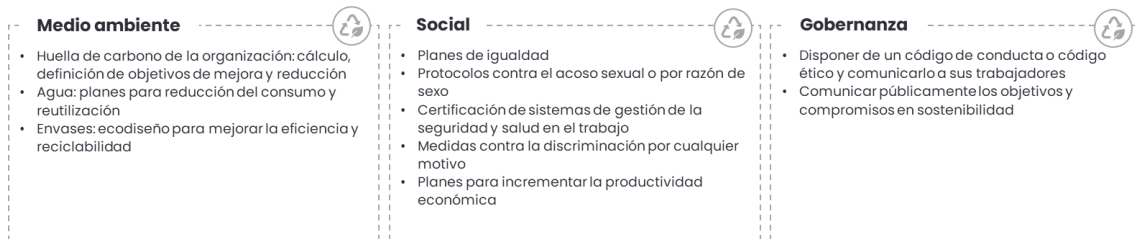
Adicionalmente, en el caso de los proveedores de fruta y hortaliza de nuestra marca EROSKI Natur, se les exige contar con el certificado del módulo GRASP del estándar Global.G.A.P., que garantiza el cumplimiento de buenas prácticas relativas a los derechos laborales y humanos, al que se suman nuestras exigencias de calidad y de respeto al medio ambiente de nuestros productos frescos de marca propia.

En el caso particular de los proveedores de mayor riesgo como son los proveedores de importación de países ubicados en Asia y África, exigimos auditorías sociales realizadas por empresas externas (BSCI, SMETA...). Desde el Grupo EROSKI se exige que las auditorías se encuentren siempre en vigor en el momento en que se adquiere la mercancía. Con estas auditorías sociales a nuestros proveedores, podemos garantizar que cumplen con los estándares requeridos para el respeto de los derechos humanos hacia sus trabajadores y dentro de sus propias organizaciones.

##### **Fortalecimiento de proveedores locales a través de programas de acompañamiento**

Respecto a medidas y actuaciones que logran impacto positivo en los trabajadores de la cadena de valor, como se ha detallado en el apartado [3.2.2.2](#) del presente capítulo, contamos con un Programa de Acompañamiento a Proveedores Locales para ayudarles a mejorar en su organización distintos aspectos relacionados con la sostenibilidad, incluida la gestión de las personas. A partir de las respuestas a un cuestionario propio de más de 390 empresas proveedoras, hemos identificado las áreas abajo mencionadas que requieren de mayor refuerzo para adaptarse a las nuevas exigencias normativas y requerimientos de las personas consumidoras.

Ilustración 8. Temáticas del programa de acompañamiento a proveedores locales



Para trabajar estas temáticas, compartimos trimestralmente con las empresas proveedoras participantes información sobre las formaciones que ofrecen entidades locales como clústeres y administraciones públicas y que en el año 2025 han sumado 94 acciones de capacitación comunicadas. Además, desarrollamos contenidos específicos con esas entidades, que han supuesto 4.500 horas de formación impartidas en el año 2025 a nuestras empresas proveedoras.

En relación con los aspectos sociales de la sostenibilidad, en el año 2025 cabe destacar el programa de capacitación Proveedores Sostenibles del Pacto Mundial, en el que hemos participado por tercer año consecutivo y que ha formado en este ejercicio a 19 empresas proveedoras en conocimientos sobre derechos humanos y laborales, medioambiente y desarrollo sostenible, con un total más de 740 horas de formación impartidas. Esto hace que sean ya más de 80 los proveedores locales que han participado en este programa desde su creación en el año 2023.

Asimismo, en este ejercicio hemos colaborado con el Basque Food Cluster en el proyecto FoodESG, que, entre otras formaciones, ha incluido la elaboración de una guía de igualdad de género y una guía de integración laboral de personas con discapacidad, y el desarrollo de una herramienta digital gratuita destinada a facilitar que las empresas del sector de la alimentación elaboren de manera sencilla informes ESG.

En el apartado [2.2.3.3](#) del capítulo 'NEIS EI – Cambio climático', incluimos más detalles sobre formaciones relacionadas con aspectos ambientales impartidas dentro del programa en 2025.

**Igualdad de oportunidades para nuestros centros franquiciados**

Desde que se inició el proyecto de centros gestionados por personas con discapacidad en 2015 hemos seguido impulsando la apertura de este tipo de tiendas, hemos consolidado un modelo de inclusión laboral. A partir de aquí, la expansión de la cadena ha sido la siguiente:

- País Vasco (con GUREAK, grupo empresarial cuyo objetivo es generar y gestionar oportunidades laborales para personas con discapacidad): cuatro centros inaugurados en los años 2015, 2017, 2018 y 2022.
- Castilla y León (con SOLTRA, entidad de economía social de referencia en la Comunidad de Castilla y León cuyo fin último es generar oportunidades laborales y potenciar la inclusión sociolaboral de personas con discapacidad.): cuatro centros abiertos en los años 2019, 2023 y dos más en 2024.
- Cataluña (con AMPANS, fundación que ofrece apoyo a las personas con discapacidad intelectual y enfermedad mental, y también personas en situación de vulnerabilidad, promueve la educación, la calidad de vida y la inserción laboral y con ENTREM, grupo

cooperativo referente en la mejora de la empleabilidad de las personas en riesgo de exclusión social y con problemas de salud mental de la Veguería Penedès): dos centros puestos en marcha en los años 2019 y 2023.

- País Vasco (con LANERAKO, empresa de inserción calificada por el Gobierno Vasco, que desarrolla proyectos de generación de empleo para personas pertenecientes a los colectivos de perceptores de la Renta de Garantía de Ingresos RGI): un centro abierto este año 2025.

Contando con ésta última apertura de la mano de LANERAKO, la red de supermercados cuenta actualmente con once centros de este tipo, que dan empleo a más de 100 personas. El Grupo EROSKI sigue fortaleciendo este modelo con un firme compromiso de colaboración para generar más oportunidades de empleo inclusivo.

### 3.2.3. Parámetros y metas

#### 3.2.3.1. Metas relacionadas con la gestión de impactos negativos materiales, el impulso de impactos positivos y la gestión de riesgos y oportunidades materiales (S2-5)

En el Grupo EROSKI no hemos definido metas públicas cuantificables adicionales relacionadas con los IRO derivados de los trabajadores de la cadena de valor. No obstante, tal y como se indica en el apartado [1.1.3.1](#) del capítulo 'NEIS 2 – Información general', nuestros nuevos Compromisos Contigo a 2030 incorporan planes y metas vinculadas —en particular en el Compromiso 2: Generar riqueza local y solidaridad en el entorno— cuyo despliegue iniciaremos a partir de 2026.

Durante el ejercicio 2025, desde el Comité de Sostenibilidad hemos liderado un proceso interno orientado a definir los 20 objetivos estratégicos ESG del Grupo EROSKI, así como sus correspondientes indicadores de seguimiento. Este conjunto de objetivos ha sido aprobado por el Consejo Rector, reforzando nuestra hoja de ruta en materia de sostenibilidad para los próximos años.

Mientras tanto, en el Grupo EROSKI realizamos el seguimiento de la eficacia de nuestras políticas y actuaciones relacionadas con los impactos, riesgos y oportunidades en sostenibilidad mediante los indicadores y parámetros cualitativos y cuantitativos divulgados a lo largo del informe. Este seguimiento se lleva a cabo en los términos de nuestro modelo de gobierno de información de sostenibilidad (apartado [1.1.2.2](#) del capítulo 'NEIS 2 – Información general').

## 3.3. NEIS S4 – Consumidores y usuarios finales

### 3.3.1. Estrategia

#### 3.3.1.1. Intereses y opiniones de las partes interesadas (NEIS 2 SBM-2)

En el Grupo EROSKI aspiramos a generar un impacto positivo en los ámbitos en los que desarrollamos nuestra labor. Para conseguirlo, consideramos fundamental contar con una relación sólida y de colaboración con nuestros grupos de interés. De esta forma, mantenemos con dichas personas, grupos, colectivos y organizaciones, una interacción y cooperación mutua fortalecida a lo largo de los años.

Como parte de nuestros grupos de interés, contamos con medidas para involucrar a la clientela, las personas consumidoras y las personas socias de consumo, en nuestras actividades y en la toma de decisiones. Durante el proceso de elaboración del análisis de doble materialidad, hemos llevado a cabo consultas a los grupos mencionados, quienes están incluidos en el ámbito de divulgación de este informe, para obtener más información se puede consultar el apartado [1.1.3.2](#) del capítulo 'NEIS 2 – Información general'.

#### Personas consumidoras

Las personas consumidoras representan un grupo diverso de individuos y hogares que toman decisiones de compra en el mercado de la distribución, independientemente del operador elegido. Su comportamiento está condicionado por factores personales, sociales, económicos y culturales, dando lugar a patrones de consumo muy diversos.

Este colectivo se caracteriza por distintos niveles de conocimiento sobre las marcas y distribuidores –incluido el Grupo EROSKI–, que influyen en sus decisiones: desde consumidores muy familiarizados con nuestra propuesta de valor hasta otros cuya comparación entre alternativas es más superficial. Comprender esta diversidad de motivaciones y niveles de familiaridad resulta clave para anticipar necesidades, comprender la movilidad entre distribuidores y ofrecer propuestas claras, accesibles y adaptadas a múltiples realidades de consumo.

#### Personas socias de consumo

Las personas socias de consumo, son personas consumidoras que mantienen una relación con el Grupo EROSKI participando en los órganos societarios e iniciativas específicas de escucha y mejora de la propuesta de valor.

#### Clientela

La clientela del Grupo EROSKI constituye un grupo de interés prioritario desde una perspectiva económica, operativa, comercial y de marca. Su relación con la empresa se articula principalmente mediante el intercambio transaccional, la recurrencia y el valor generado.

El grado de vinculación con la marca varía, la adecuada gestión de este gradiente de vinculación es esencial para incrementar el valor de vida del cliente, sostener la competitividad en un entorno de alta presión comercial y asegurar la estabilidad del Grupo EROSKI a largo plazo.

En coherencia con esta vocación, nos esforzamos por conocer sus expectativas, intereses y opiniones de cara a reforzar nuestro compromiso con la satisfacción de sus necesidades a través de las siguientes vías de comunicación:

Tabla 93. Mecanismos de comunicación con los consumidores y usuarios finales

Grupo de interés	Mecanismos de comunicación y colaboración	Cuestiones y preocupaciones clave	Resultados de la colaboración
Personas consumidoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revista EROSKI Consumer, www.consumer.es y sus perfiles en redes sociales.</li> <li>Escuela de Alimentación y Proyecto Tria Bo, Tria Sa de CAPRABO.</li> <li>Campañas de sensibilización en salud, solidaridad y medio ambiente.</li> <li>Colaboración con instituciones públicas y organizaciones que velan por los intereses de los consumidores (Oficinas de consumo territoriales, Consejo de Consumidores y Usuarios, AESAN, etc.).</li> <li>Notas y ruedas de prensa.</li> <li>Disponibilidad de sitios web informativos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Relación calidad/precio.</li> <li>Servicio de atención al cliente.</li> <li>Competitividad en el mercado.</li> <li>Salud y seguridad de los consumidores.</li> <li>Promoción de hábitos de consumo saludables y sostenibles.</li> <li>Empresa socialmente responsable.</li> <li>Marketing y etiquetado.</li> <li>Desperdicio alimentario.</li> <li>Trazabilidad del producto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejoras en productos y servicios.</li> <li>Gamas de productos saludables.</li> <li>Adaptación de campañas de marketing.</li> <li>Mejoras en etiquetado.</li> <li>Consumidores informados.</li> <li>Mejoras sobre procesos de punto de venta.</li> </ul>
Personas socias de consumo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Órganos de participación societaria.</li> <li>Mecanismos propios de las personas consumidoras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cuestiones inherentes a las personas consumidoras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejoras en productos y servicios.</li> <li>Gamas de productos saludables.</li> <li>Adaptación de campañas de marketing.</li> <li>Mejoras en etiquetado.</li> </ul>
Cientela	<ul style="list-style-type: none"> <li>Servicio de atención al cliente en tienda, teléfono y web.</li> <li>Estudios de satisfacción.</li> <li>Programas de escucha.</li> <li>Folleto promocionales.</li> <li>Mecanismos propios de las personas consumidoras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Relación calidad/precio.</li> <li>Innovación.</li> <li>Cumplimiento normativo.</li> <li>Empresa socialmente responsable.</li> <li>Salud y seguridad de los clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejoras en productos y servicios.</li> <li>Gamas de productos saludables.</li> <li>Adaptación de campañas de marketing.</li> <li>Cientela informada.</li> </ul>

Grupo de interés	Mecanismos de comunicación y colaboración	Cuestiones y preocupaciones clave	Resultados de la colaboración
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Exclusivo para clientela fidelizada:</li> <li>Apps: EROSKI, CAPRABO y FORUM SPORT.</li> <li>Áreas privadas de Cliente Web.</li> <li>Boletines informativos.</li> <li>Revista EROSKI Club y CAPRABO Sabor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Protección de datos.</li> <li>Trazabilidad de producto.</li> <li>Competitividad en el mercado.</li> <li>Desperdicio alimentario.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejoras sobre procesos de punto de venta.</li> </ul>

Por otro lado, como se describe en el apartado [1.1.2.1](#) de la 'NEIS 2 - Información general', en el Grupo EROSKI contamos con el Consejo Consumerista, que recibe y comparte aportaciones a través de los Comités Consumeristas Locales, que son órganos representativos de las personas socias de consumo.

Cabe destacar, en particular, la integración sistemática de las opiniones e intereses de las personas consumidoras a través de su participación en la vía societaria (Comités Consumeristas y Consejo Consumerista). Esta participación se refleja en su presencia en los principales órganos de toma de decisiones —el Consejo Rector y la Asamblea General— donde están representados al 50% y donde tienen la oportunidad de trasladar sus opiniones e intereses de forma directa.

### 3.3.1.2. Impactos, riesgos y oportunidades materiales y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio (NEIS 2 SBM-3)

En el Grupo EROSKI diferenciamos dos grandes tipologías de clientela en función del conocimiento disponible y de la relación que mantienen con la organización:

- **Clientela socia (perteneciente a programas de fidelización)**, de la que disponemos de información sobre hábitos de consumo o edad, lo que nos permite identificar riesgos y necesidades con mayor precisión y ofrecer respuestas segmentadas.
- **Clientela no socia**, en cuyo caso no disponemos con información individualizada, lo que limita la capacidad de personalizar la atención o anticipar riesgos específicos.

Entendemos la vinculación con nuestra clientela como un elemento clave para conocer mejor sus necesidades y mejorar continuamente la propuesta de valor. Con este fin, contamos con programas de fidelización que articulan la relación preferente con las personas que deciden registrarse y mantener un vínculo activo con nuestras enseñas. Estos programas se estructuran en tres clubes independientes —EROSKI Club, Club Caprabo y FORUM SPORT Club— que comparten el propósito de mejorar la experiencia de compra, reforzar la relación con la clientela y favorecer una comunicación directa, segmentada y transparente.

Tabla 94. Titulares de los clubes de socios

	2025	2024
EROSKI Club titulares	3.191.128	3.166.414
Club CAPRABO titulares	1.023.365	1.054.531
FORUM SPORT Club titulares <sup>1</sup>	2.199.153	2.096.895

<sup>1</sup>Los titulares que se extraen en el contador son aquellos con actividad en los últimos 3 años y con fecha de alta anterior al 1 de febrero de 2026.

Los titulares representan el número de personas registradas y con identificador activo en EROSKI Club, Club Caprabo o FORUM SPORT Club a 31 de enero de cada ejercicio, tras depuración de duplicidades y bajas. Salvo que se indique lo contrario, la cifra corresponde a titulares totales de cada uno de los clubes por separado ya que una misma persona puede pertenecer a uno u otro.

Este ecosistema de clubes constituye una palanca estratégica para conocer mejor las necesidades de las personas consumidoras, identificar patrones de consumo, anticipar riesgos y orientar la adaptación de nuestra propuesta de valor a los distintos perfiles de clientela.

### Identificación de impactos, riesgos y oportunidades materiales

De acuerdo con el proceso de análisis de doble materialidad descrito en el apartado [1.1.4.1](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general', las personas consumidoras, las personas socias consumidoras y la clientela constituyen un grupo de interés clave para nuestro Grupo. Los impactos, riesgos y oportunidades identificados como resultado de este análisis se detallan en el apartado [1.1.3.3](#) del mismo capítulo.

Entre ellos, destacan los que afectan especialmente a colectivos con mayor vulnerabilidad o necesidades específicas:

- Personas mayores.
- Personas con alergias o intolerancias.
- Personas interesadas en la salud o en productos ecológicos.
- Familias con hijos menores (0-12 años).
- Personas jóvenes menores de edad.
- Personas vulnerables económicamente.
- Personas en zonas rurales.
- Personas con discapacidad.

### Adaptación de la estrategia y del modelo de negocio

En el Grupo EROSKI, nos comprometemos a proteger a las personas garantizando que nuestros productos y servicios sean seguros para todos. Prueba de ello, es que, como parte de nuestra estrategia, en el ejercicio 2025 hemos lanzado los nuevos Compromisos Contigo destacando en especial el compromiso de Fomentar la alimentación saludable y el compromiso de Escuchar e informar a las personas consumidoras.

El Grupo EROSKI ha adaptado su estrategia para gestionar eficazmente los riesgos y oportunidades derivados de estos impactos, con especial atención a los colectivos más vulnerables. Algunos ejemplos de estas actuaciones son los siguientes:

- **Información clara para personas mayores:** reforzamos la calidad, claridad y visibilidad de la información en el punto de venta, soportes comunicativos como cartelera ambiental, etiquetas o en folletos. En este sentido, la etiqueta de precio es un aspecto clave y nos preocupamos por la correcta visibilidad de ésta.
- **Accesibilidad para personas que habitan en zonas rurales:** contamos con el servicio a domicilio y de encargos, que permite mejorar la disponibilidad de productos en territorios con menor oferta.
- **Etiquetado detallado para alergias e intolerancias alimentarias:** incorporamos información completa sobre composición e ingredientes, alérgenos, trazabilidad y origen, fortaleciendo la transparencia y reduciendo riesgos para la salud.
- **Protección de jóvenes menores de edad:** aplicamos controles automáticos en el proceso de compra, por ejemplo, en las cajas auto pago, que exigen verificación de identificación para la adquisición de bebidas alcohólicas.
- **Accesibilidad económica:** promovemos productos básicos a precios asequibles, ofertas y campañas dirigidas a personas en situación de vulnerabilidad.
- **Sistema de calidad y seguridad alimentaria:** mantenemos un modelo de gestión de calidad que garantiza que los productos cumplen todos los controles de seguridad; en caso de alerta alimentaria, activamos la retirada inmediata del producto en toda la red, y notificamos individualmente a quienes lo adquirieron siendo socios del club.
- **Medidas de accesibilidad en nuestros establecimientos:** cumplimos estrictamente con la normativa vigente. Todos los proyectos de apertura y reforma de tiendas se aprueban tras la verificación de la autoridad competente. Además, nuestro modelo de tienda incorpora mejoras específicas para facilitar la experiencia de las personas con movilidad reducida, como balanzas más bajas en frutería, mostradores de información con rebaje de altura y carros especiales.

### Gestión de incidencias e impactos negativos

Los impactos negativos potenciales derivados de la interacción con consumidores se clasifican y gestionan de acuerdo con el Protocolo de Crisis, tal y como se detalla a continuación:

- Las incidencias recibidas se clasifican según la tipología que las origina pudiendo ser reclamaciones, sugerencias o consultas.
- Los impactos potenciales o reales identificados se categorizan en sistemáticos o puntuales en función de su temática, repercusión y volumen de menciones en redes de acuerdo con la matriz definida en el protocolo.
- Posteriormente, se define si es necesario activar un Comité de Crisis para la supervisión y gestión de las incidencias.
- En caso de alertas alimentarias o riesgos para la salud, se activan Circulares de Retirada que bloquean la salida del producto desde plataforma y ordenan su retirada en tiendas.
- Los impactos puntuales vinculados a la prestación del servicio se resuelven directamente en tienda en plazos breves.

- Las incidencias relacionadas con protección de datos se gestionan a través de los departamentos correspondientes (EROSKI Club, Club CAPRABO o FORUM SPORT Club), garantizando la resolución conforme a la normativa.

En el apartado [3.3.2.3](#) de este capítulo se detalla más información sobre esta gestión.

### 3.3.2. Gestión de impactos, riesgos y oportunidades

#### 3.3.2.1. Políticas relacionadas con los consumidores y usuarios finales (S4-1)

En la sección [1.1.4.3](#) del capítulo 'NEIS 2 – Información general', se puede consultar el abanico de políticas existentes en el Grupo EROSKI de las cuales, hemos identificado como aplicables a la gestión de nuestra clientela y de los consumidores finales las siguientes:

- Política de Seguridad de la Información.
- Política de Derechos Humanos.
- Política de Conducta Empresarial y Cultura Corporativa.
- Política de Igualdad, Diversidad e Inclusión.

Aunque la Política de Seguridad de la Información del Grupo EROSKI tiene un alcance transversal y aplica a toda la organización –incluyendo personas trabajadoras, empresas proveedoras, clientela, sistemas internos y operaciones corporativas–, presentamos en este apartado sus elementos esenciales debido a su relevancia directa para las personas consumidoras y usuarias finales. La protección de los datos personales, la confidencialidad de la información y la ciberseguridad son ámbitos especialmente sensibles para nuestra clientela, y es por esto que a través de la Política de Seguridad de la Información reforzamos nuestro compromiso con una gestión segura, responsable y transparente de la información.

Las otras tres políticas identificadas se describen en el apartado de políticas [3.1.2.1](#) de la 'NEIS S1 – Personal propio'.

#### Política de Seguridad de la Información

Esta política constituye una declaración de la postura de la Dirección del Grupo EROSKI, con relación a la seguridad de la información, y establece los objetivos y las responsabilidades necesarias para proteger los activos de información, garantizando unos niveles adecuados de seguridad, entendida en sus vertientes de integridad, disponibilidad y confidencialidad de los mismos, cumpliendo con el marco legal vigente y respetando las directrices, normas y procedimientos que oportunamente se establezcan en documentos más detallados.

El Comité de Seguridad de la Información es el órgano encargado de velar por la aprobación y el cumplimiento efecto de esta política.

El ámbito de la presente política incluye al personal de todas las sociedades del Grupo EROSKI que acceden a los sistemas de información de la empresa, así como a los usuarios de las empresas externas colaboradoras.

Los objetivos están orientados a:

- Identificar los riesgos de seguridad de la organización en toda la superficie de ataque.
- Garantizar la continuidad de los servicios soportados en el centro de procesamiento de datos, en plataformas, en puntos de venta y en servicios de proveedores o en *cloud*.
- Maximizar el nivel de protección de la información y los activos especificados en el alcance del Sistema de Gestión de Seguridad de la Información.
- Minimizar el impacto causado por riesgos internos o externos sobre los activos y los procesos de la organización.

La Política de Seguridad de la Información se ha elaborado de manera que permita garantizar que la información relacionada con los procesos de negocio críticos está protegida contra accesos no autorizados, así como la confidencialidad de la información relacionada con la clientela y con los proveedores.

Esta política se complementa con el manual de seguridad, con las normativas específicas de seguridad (auditoría y revisión, control de acceso, gestión documental, gestión de usuarios, gobierno de seguridad, indicadores de gestión de seguridad, configuración de sistemas, seguridad en red, seguridad física, seguridad en acceso en remoto) y con la relación de indicadores de seguridad.

En VEGALSA-EROSKI contamos con una política propia de seguridad de la información adaptada a las singularidades de esta empresa, y desarrollada en la Normativa de Uso de los Sistemas de Información.

### **Respeto de los derechos humanos de las personas consumidoras y usuarias finales**

Tal como se ha reflejado en el apartado [11.2.4](#) del capítulo 'NEIS 2 – Información general', en el Grupo EROSKI nos comprometemos a respetar, proteger y promover los principios de derechos humanos, ya que son fundamentales para un desarrollo sostenible y ético. Nuestra Política de Derechos Humanos está alineada con la Declaración Universal de los Derechos Humanos y otros acuerdos internacionales como los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos y la Declaración de la Organización Internacional de Trabajo relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo. Con ella se busca identificar, prevenir y mitigar cualquier impacto negativo en los derechos de las personas trabajadoras, clientela, empresas proveedoras y comunidades. Además, establece un modelo de gobierno para supervisar el cumplimiento de estos compromisos y gestionar posibles efectos adversos. En el caso de las personas consumidoras, es el propio Departamento de Experiencia de Cliente quien se asegura de la aplicación de esta Política.

Dentro de nuestra Política de Derechos Humanos, garantizamos que nuestros productos son seguros y saludables. En el Grupo EROSKI ofrecemos productos que cumplan con los más altos estándares de seguridad y salud, para proteger el bienestar de nuestros consumidores y usuarios finales. En este sentido, consideramos fundamental mantener una comunicación abierta y transparente con nuestros consumidores y usuarios finales, y por ello proporcionamos información clara y precisa sobre los productos que ofrecemos.

Por otro lado, aseguramos el cumplimiento de la defensa de la competencia. Somos conscientes de que las prácticas anticompetitivas perjudican el mercado y la economía, y

afectan negativamente a usuarios y consumidores finales, así como a otros operadores del mercado. Creemos que un mercado competitivo nos beneficia a todos, por lo que prohibimos cualquier tipo de práctica anticompetitiva.

### Colaboración con las personas consumidoras y usuarias finales

Con el fin de implementar la debida diligencia en la identificación, prevención, mitigación y resolución de posibles consecuencias negativas en nuestras personas consumidoras, tenemos procesos de colaboración y comunicación directa con ellas, gracias a los cuales podemos recoger su visión, sugerencias, quejas, etc., e incorporarlas en nuestra gestión.

Para mayor detalle del proceso y medidas, es interesante consultar el apartado de este capítulo [3.3.2.2](#).

### Medidas para ofrecer o permitir la reparación de los impactos relativos a los derechos humanos

En el Grupo EROSKI, siguiendo nuestro compromiso con los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos, disponemos de medidas de prevención, protección y reparación contra posibles violaciones o impactos de los derechos humanos de nuestros consumidores.

Tenemos un sistema eficaz de gestión de incidencias de diferente tipología, incluidas las relacionadas con derechos humanos. Esta gestión la hacemos a través del Servicio de Atención al Cliente.

En caso de detección de posibles impactos adversos que puedan afectar a los derechos humanos de las personas consumidoras, en el Grupo EROSKI elaboramos planes de acción preventiva en colaboración con nuestros socios comerciales y otros colaboradores. Asimismo, cuando la prevención no sea posible o no lo sea de forma inmediata, elaboramos los correspondientes planes de acción correctiva para mitigar los potenciales efectos adversos que se hayan detectado o que deberían haberse detectado. El detalle de este proceso se puede consultar en el apartado [3.3.2.3](#) de este capítulo.

#### **3.3.2.2. Procesos para colaborar con los consumidores y usuarios finales en materia de impactos (S4-2)**

En el Grupo EROSKI mantenemos una colaboración y una comunicación directa con las personas consumidoras y usuarias finales. Con el objetivo de tener en cuenta sus inquietudes y necesidades, articulamos nuestro compromiso de transparencia y mantenemos canales de comunicación con todos ellos. Los canales de comunicación están descritos a detalle en el presente capítulo en el apartado [3.3.2.3](#).

Desde el Grupo EROSKI reforzamos la relación con las personas consumidoras y usuarias finales mediante la participación en los siguientes procesos de colaboración:

### Escuchas

Desde el Departamento de Estudios y Escucha del Grupo EROSKI realizamos, de manera recurrente, estudios en los que recogemos la opinión de las personas consumidoras. Obtenemos datos sobre la percepción y satisfacción de este colectivo sobre los ejes que más impactan en su experiencia de compra (precio, calidad, trato en la tienda, producto local, sostenibilidad, solidaridad, alimentación saludable, etc.). Estos estudios de mercado ayudan al Departamento de Compras y al Departamento de Marketing a conocer mejor las necesidades de nuestra clientela.

En el ejercicio 2025 hemos llevado a cabo 44 iniciativas de escucha, en las que han participado 455.565 personas entre las que se encuentran los socios de los clubes, personas consumidoras y empresas proveedoras. Sus opiniones, sugerencias y recomendaciones son una fuente de alta relevancia para mejorar aspectos como nuestra oferta y red comercial. Adicionalmente, hemos recabado 4.597 opiniones de clientes en acciones de escucha realizadas en nuestras tiendas.

A continuación, se detalla el número de estudios realizados en este ejercicio, su frecuencia y el número de personas participantes:

Tabla 95. Iniciativas de escucha

Frecuencia del estudio	2025		2024	
	N.º de estudios realizados	N.º de personas consumidoras involucradas	N.º de estudios realizados	N.º de personas consumidoras involucradas
Anual	8	34.914	13	26.232
Trimestral	3	6.430	3	7.385
Mensual	11	397.064	19	326.611
Semanal	1	7.768	1	5.351
Ad hoc	21	9.389	52	4.717
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>455.565</b>	<b>88</b>	<b>370.296</b>

### Redes sociales

Nuestras redes sociales también son un canal de colaboración y comunicación con los consumidores. En la siguiente tabla se muestra desglosada la evolución del número de seguidores en las redes sociales en las que estamos presentes:

Tabla 96. Número de seguidores en redes sociales

	2025	2024
X (antes Twitter)	94.417	96.166
Facebook	598.400	597.630
Instagram	381.501	318.178
LinkedIn	150.280	133.880
TikTok	105.468	30.543
Pinterest	869	714

## Programa de Participación Constructiva

En el ejercicio 2025 hemos continuado con el Programa de Participación Constructiva con el fin de acercarnos a nuestra clientela de una forma más personalizada. Los procesos de participación de este programa se dividen en cuatro grupos: servicio de atención al cliente, escuchas personalizadas, reuniones formales con órganos societarios y *focus groups* o dinámicas similares que faciliten el debate, la puesta en común, etc. con las personas consumidoras.

### Servicio de Atención al Cliente

Este es el primer punto de contacto y consulta para las personas consumidoras y usuarias finales. El proceso para atender las comunicaciones recibidas a través del Canal de Servicio de Atención al Cliente se detalla en el siguiente apartado [3.3.2.3](#) de este capítulo.

Esta colaboración entre la clientela y el Servicio de Atención al Cliente se produce en dos momentos: previo a la compra en nuestros centros (a través de consultas sobre ofertas, duraciones, temas relativos a la tienda, etc.) y posterior a la compra (mediante quejas, reclamaciones, felicitaciones o sugerencias). Evaluamos la eficacia de esta colaboración a través del número de interacciones atendidas por el departamento de Servicio de Atención al Cliente.

### Escuchas personalizadas

Realizamos escuchas vehiculizadas principalmente por canales digitales y personalizadas haciendo gestión de su trazabilidad. Son escuchas estructuradas por temas y se realizan una o dos veces al mes para profundizar en algunos aspectos que nos ayudan a obtener un mayor entendimiento de las preocupaciones de las personas consumidoras.

Contamos con las siguientes tipologías de escuchas:

- **Panel saludable:** cadencia mensual, con el objetivo de identificar iniciativas desde algunas categorías y secciones de productos que permitan a nuestros consumidores llevar una alimentación más saludable.
- **Escuchas ad hoc para proyectos concretos:** escuchas específicas para realizar valoraciones y definir aspectos de mejora en proyectos concretos como la mejora de la Revista Consumer, análisis sobre hábitos de compra... o contraste y validación de cuestiones relevantes en cada Plan de Gestión.
- **Escuchas más tácticas:** tienen que ver con la experiencia en tienda, que se realizan también de manera digital.

Evaluamos la eficacia de la colaboración con nuestros consumidores con base en el número de participantes en las escuchas realizadas. En 2025 hemos contado con más de 11.400 participantes.

### Reuniones formales con órganos societarios

En la sociedad matriz del Grupo, Eroski, S. Coop., por su condición de cooperativa de consumo, se celebran reuniones informativas que facilitan encuentros estructurados y formales entre las

personas consumidoras y los órganos societarios. Estos espacios permiten abordar materias de interés que trascienden los aspectos estrictamente comerciales. Tal y como se detalla en el apartado [1.1.2.1](#) del capítulo 'NEIS 2 – Información general' contamos con varios órganos con reuniones recurrentes: la Asamblea General, las Juntas Preparatorias de socios de consumo, el Consejo Consumerista y los Comités Consumeristas Locales. Estos últimos, siete en total, articulan la participación de las personas socias de consumo.

El propósito de estas reuniones es diverso, desde compartir información de la empresa y los planes de acción, hasta trabajar propuestas de mejora o tratar preocupaciones trasladadas por los consumidores. A través de estos foros, las personas consumidoras actúan como portavoces, aportando opiniones e ideas que contribuyen a la mejora continua de nuestra actividad y de la relación con la clientela.

Evaluamos la eficacia de la colaboración con nuestros consumidores a través del número de asistentes a las diferentes sesiones, en este ejercicio 2025, han sido 356 asistentes.

En el resto de las sociedades del Grupo EROSKI, la participación de las personas consumidoras se articula por mecanismos no societarios.

### Focus groups y dinámicas similares

Organizamos grupos participativos de discusión con personas consumidoras para recoger *feedback* directo y detallado sobre distintos aspectos relacionados con nuestros productos y servicios. Esta información nos ayuda a identificar áreas de mejora y a desarrollar soluciones más efectivas para nuestra clientela.

Contamos con dos tipos de *focus groups*:

- Puntuales, orientados a resolver cuestiones concretas (por ejemplo, el *focus group* sobre cocina *in situ*).
- Vinculados a proyectos de co-creación, en los que se concatenan una serie de actividades y dinámicas (debates, catas, visitas, *brainstorming*, eventos, entre otras), para trabajar un reto específico.

Evaluamos la eficacia de esta colaboración a través del número de participantes en estas dinámicas.

Adicionalmente a los indicadores específicos de cada uno de los procesos de colaboración, para dar seguimiento al Programa de Participación Constructiva, contamos con tres indicadores principales que nos muestran el nivel de colaboración de las personas socias de consumo:

**Tabla 97. Indicadores del Programa de Participación Constructiva**

	2025	2024
N.º de personas socias de consumo de órganos societarios <sup>1</sup>	356	356
N.º de personas socias de consumo comprometidas <sup>2</sup>	4.507	4.174
N.º de personas socias de consumo interesadas <sup>3</sup>	25.357	22.065

<sup>1</sup> Delegados de la Asamblea, miembros del Consejo Rector y Comités Consumeristas, acuden a reuniones formales.

<sup>2</sup> Participan en actividades con interacción, debate y *focus groups*. La participación es bidireccional.

<sup>3</sup> Muestran un interés superior al transaccional, participan en actividades unilaterales, dan una opinión, leen un contenido específico y son lectores asiduos de Consumer.

Mensualmente realizamos un seguimiento a través del recuento del número de actividades participativas que realizamos, así como del número de clientes que participan en cada una de ellas.

En el Grupo EROSKI damos especial importancia a este grupo de interés formado por la clientela y las personas consumidoras finales, siendo la Dirección de Experiencia de Cliente quien garantiza que la colaboración con dichos consumidores tenga lugar, y que sus resultados sirvan de base para el enfoque estratégico de la empresa. Esta Dirección depende de la Dirección de Marketing y es la responsable de hacer llegar diariamente a directivos y gestores, 'La Voz del Cliente', se trata de un email que recoge las reclamaciones más relevantes de la clientela para su difusión a todas las áreas con el objetivo de poner foco en la importancia de dar solución a estas situaciones. Además, mensualmente se reportan al Comité de Gestión Comercial, en el cual participan algunos miembros del Consejo de Dirección, los indicadores del Servicio de Atención al Cliente.

### **Atendemos las necesidades especiales en alimentación**

Somos conscientes de que cada consumidor es único. Buscamos atender tanto a aquellas personas que, a causa de alguna enfermedad o por su condición física, necesitan productos adaptados, como a quienes requieren de una atención específica en determinados momentos de su ciclo de vida, como pueden ser los niños y niñas o las personas mayores. Asimismo, tenemos en cuenta a aquellas personas que optan por tener un régimen alimentario específico, como es el caso de las personas vegetarianas, veganas, etc.

#### **Atención a las personas con enfermedad celíaca**

En nuestro propósito de atender a las personas con necesidades especiales de alimentación, hemos avanzado para ofrecer un mejor servicio a las personas con enfermedad celíaca.

En el ejercicio 2025 hemos renovado los convenios de colaboración con las asociaciones de personas con enfermedad celíaca del País Vasco, La Rioja, Cataluña, Navarra y las Islas Baleares, y hemos acordado nuevos convenios de colaboración con las asociaciones de Galicia, Asturias y Castilla León. En total, 2.817 socios de estas asociaciones se han beneficiado durante el año 2025 de dichos convenios, que incluyen, entre otras ventajas, un 20% de descuento en la compra de más de 300 referencias elaboradas específicamente sin gluten.

Adicionalmente, seguimos trabajando para mejorar la oferta de productos sin gluten tanto de nuestra marca propia como de marcas de otros fabricantes.

Asimismo, como en años anteriores, hemos colaborado en el patrocinio de las iniciativas llevadas a cabo por las asociaciones en el Día Internacional de la Enfermedad Celiaca, el 16 de mayo, y el Día Nacional de la Enfermedad Celiaca, el 27 de mayo. En CAPRABO hemos realizado además durante todo el mes de mayo diferentes acciones de sensibilización con la Associació Celíacs de Catalunya, a través de contenidos divulgativos en redes sociales con juegos y recomendaciones nutricionales.

### Apoyo a las necesidades de las personas mayores

Fomentamos el envejecimiento activo de las personas mediante una alimentación sana y equilibrada y la práctica de ejercicio físico.

Como ejemplo, en CAPRABO nos hemos sumado a la FiraGran 2025, el salón de las personas mayores de Cataluña que tiene como objetivo promover entre ellas los hábitos saludables. CAPRABO ha colaborado un año más en la gran caminata para mayores de 60 años organizada durante la feria.

### Alimentación infantil: cuidamos a las próximas generaciones

La alimentación equilibrada de la población es una prioridad para nosotros, pero hay segmentos que requieren una atención especial. El principal es el público infantil, tanto por su relevancia cuantitativa (los menores de 12 años son más de 5 millones en nuestro país según el INE) como cualitativa (es un segmento poblacional de especial atención cuando hablamos de alimentación saludable y de sobrepeso u obesidad). En efecto, el sobrepeso y la obesidad infantil son un problema de salud que preocupa a las familias y a la sociedad, tal como reveló el Estudio ENPE de Fundación EROSKI y han confirmado otros estudios recientes. Este problema será aún mayor en el futuro si no se previene y ataja. Por ello, queremos contribuir a que los niños y niñas se alimenten de forma más sana y equilibrada. Con este reto por delante, seguimos varias líneas de trabajo:

- Mantenemos un plan de contenidos específicos para familias jóvenes, con hijos entre 0 y 12 años, que se difunden a través de nuestros distintos canales de comunicación.
- Formamos a más de 233.000 niños y niñas al año en hábitos responsables y de alimentación saludable.
- Organizamos talleres de gastronomía para escolares de primaria en nuestras tiendas en colaboración con el Basque Culinary Center, en los que han participado 1.100 niñas y niños.
- Realizamos talleres en nuestras tiendas para ayudarles a realizar una compra saludable, en los que han participado más de 11.000 escolares.

### 3.3.2.3. Procesos para reparar los impactos negativos y canales para que los consumidores y usuarios finales expresen sus inquietudes (S4-3)

En el Grupo EROSKI nos preocupamos por estar cerca y a disposición de las personas que confían en nosotros para resolver sus incidencias, dudas, sugerencias, quejas o consultas.

Nuestro Servicio de Atención al Cliente dispone de canales y medios formales a través de los cuales los clientes y consumidores pueden trasladarnos sus inquietudes y necesidades:

- EROSKI: teléfono 944 943 444 y formulario disponible en [www.eroski.es/contacto](http://www.eroski.es/contacto)
- EROSKI ONLINE: teléfono 944 050 514 y correo electrónico: [compraonline@eroski.es](mailto:compraonline@eroski.es)
- CAPRABO: teléfono 932 616 060 y formulario en [www.caprabo.com/es/atencion-cliente/](http://www.caprabo.com/es/atencion-cliente/)
- FORUM SPORT teléfono 944 286 618 y correo electrónico [forumsport@forumsport.es](mailto:forumsport@forumsport.es)

El servicio de atención telefónica está disponible de lunes a sábado, de 9:00 a 22:00 horas, para todos los canales indicados.

Asimismo, contamos con un proceso estandarizado para gestionar cualquier incidencia o reclamación presentada por las personas consumidoras, que consta de los siguientes pasos:

- **Recogida:** el consumidor final comunica su incidencia mediante alguno de los canales mencionados anteriormente.
- **Gestión:** nuestro Servicio de Atención al Cliente tiene el compromiso de ofrecer una primera respuesta en un plazo máximo de 24 hora. Es además el encargado de realizar las gestiones necesarias para la resolución, así como el traslado de las incidencias a los departamentos correspondientes. La gestión del contacto directo con los clientes se realiza a través de empresas contratadas, supervisadas en todo momento por personal propio del Grupo.
- **Respuesta al consumidor:** se facilita la respuesta correspondiente a la persona afectada.
- **Reporting:** semanalmente se elabora un informe, que se comparte con las áreas pertinentes detallando el motivo de cada incidencia y su resolución. Además, mensualmente se informa al Comité de Dirección sobre el nivel de satisfacción del consumidor respecto a la resolución y la gestión de sus incidencias.
- **Elaboración de plan de acción:** en función de la incidencia, se desarrolla un plan de acción con las áreas de la compañía involucradas.
- **Implementación y seguimiento:** se hace seguimiento del plan de acción mediante coordinaciones con los departamentos involucrados para asegurar su correcta ejecución.

Nuestros consumidores conocen y confían en los procesos y mecanismos que ponemos a su disposición. En el ejercicio 2025 hemos atendido a 424.248 consultas, con un índice de resolución satisfactoria del 91,68%. Aunque algunas reclamaciones requieren más de un contacto o no pueden resolverse de manera inmediata, el 89,49% se solucionan en el primer contacto.

Tabla 98. Indicadores del Servicio de Atención al Cliente

	2025	2024
N.º de consultas atendidas	424.248	474.739
Índice de resolución de reclamaciones <sup>1</sup>	91,68%	90,38%
Índice de resolución al primer contacto	89,49%	80,00%

<sup>1</sup> El 100% de las reclamaciones se han respondido y el 91,68% han respondido por encima de 7 de una escala de 1 a 10, donde 1 es no satisfecho y 10 completamente satisfecho.

Asimismo, en el Grupo EROSKI nos preocupamos por seguir los criterios de eficacia de los mecanismos de reclamación extrajudiciales establecidos en los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos. Con el fin de eliminar posibles obstáculos en la comunicación, nuestro Servicio de Atención al Cliente atiende en castellano, euskera, catalán y gallego. Nuestro servicio es accesible a nuestros consumidores y está disponible a través del teléfono, del correo electrónico, a través de la página web [www.eroski.es](http://www.eroski.es), de las redes sociales y de otras páginas web de nuestros negocios y sociedades.

En este año 2025, y por decimocuarto año consecutivo, hemos sido reconocidos como 'la empresa con la mejor atención al cliente' en los premios de la consultora Sotto Tempo Advertising. Son las propias personas consumidoras quienes participan en la elección de las organizaciones con mayor calidad en su atención al cliente por sectores de actividad.

#### **3.3.2.4. Adopción de medidas relacionadas con los impactos, enfoques para gestionar los riesgos y aprovechar las oportunidades relacionados con los consumidores y usuarios finales y la eficacia de dichas actuaciones (S4-4)**

En el Grupo EROSKI contamos con más de 100 agentes trabajando para atender todos los impactos en los consumidores, y con un equipo propio de supervisión de los servicios prestados por las cuatro agencias con las que trabajamos. Utilizamos tecnología puntera para la gestión del medio millón de interacciones que se tramitan anualmente a través de este servicio. Adicionalmente, existe un Comité de Gestión semanal en el que se analizan, canalizan y resuelven aquellas cuestiones que surgen en la interacción con la clientela.

Nuestros sistemas de vigilancia son permanentes. Nos preocupamos por la detección preventiva de actuaciones incorrectas para evitar un impacto negativo en la clientela. Si alguna medida provoca un impacto negativo en las personas consumidoras, ponemos en marcha las actuaciones que sean necesarias para corregir su efecto, como pueden ser la constitución de Comités de Crisis de Calidad o Comités de Crisis Reputacionales.

Las medidas que hemos adoptado para gestionar los impactos, riesgos y oportunidades materiales relacionados con las personas consumidoras y usuarias finales las hemos agrupado en cinco grandes ámbitos, que detallamos a continuación:

- Experiencia de cliente y fidelización.
- Acceso a productos competitivos en calidad y precio.
- Seguridad de productos e instalaciones.
- Prácticas de marketing responsable.
- Otras medidas transversales.

#### **Experiencia de cliente y fidelización**

En el Grupo EROSKI nos comprometemos a ofrecer una experiencia de cliente excepcional y a fomentar la fidelización a través de diversas iniciativas. Nuestro objetivo es garantizar que cada interacción con nuestra clientela sea positiva y memorable, lo que refuerza la lealtad a largo plazo.

Para lograrlo, hemos implementado una serie de acciones específicas:

- **Atención personalizada:** ofrecemos un servicio de atención al cliente personalizado, tanto en tienda como a través de nuestros canales digitales. Nuestro equipo está capacitado para resolver cualquier duda o incidencia de manera rápida y eficiente, para asegurar la satisfacción de la clientela.
- **Programas de fidelización:** contamos con programas de fidelización como EROSKI Club, que ofrece beneficios exclusivos a nuestra clientela más leales. Estos beneficios incluyen descuentos personalizados, promociones especiales y acceso a eventos exclusivos.
- **Encuestas de satisfacción:** realizamos encuestas de satisfacción de manera regular para conocer la opinión de nuestra clientela y detectar áreas de mejora. Estas encuestas nos permiten ajustar nuestras estrategias y ofrecer un servicio que se adapte mejor a las necesidades de las personas consumidoras.
- **Formación continua:** invertimos en la formación continua de nuestro personal para garantizar que estén al día con las mejores prácticas en atención al cliente y puedan ofrecer un servicio de alta calidad.
- **Innovación en la experiencia de compra:** trabajamos constantemente en la mejora de la experiencia de compra y en la implementación de nuevas tecnologías y servicios que faciliten y hagan más agradable el proceso de compra para nuestra clientela.

Además de las actuaciones descritas para mitigar los riesgos identificados en relación con la experiencia de cliente y fidelización, tenemos también previstas actuaciones de reparación en caso de que se produzca un impacto negativo real a las personas consumidoras. Ante la evidencia de cualquier actuación inadecuada o cualquier reclamación de nuestros consumidores, seguimos el proceso descrito en el apartado [3.3.2.3](#) del presente capítulo.

### Acceso a productos competitivos en calidad y precio

En el Grupo EROSKI lanzamos promociones y descuentos para todas las personas consumidoras. Para aquellos clientes que pertenecen a nuestros clubes de socios, desarrollamos propuestas de ahorro personalizadas. Esto permite a nuestra clientela planificar su compra, comparar precios y elegir productos de calidad a precios competitivos.

Como hemos indicado al hablar de las Escuchas del Grupo EROSKI, los estudios de mercado ayudan al Departamento de Compras y al Departamento de Marketing a ajustar los precios de nuestros productos para ser más competitivos sin perder la calidad. Se ofrecen promociones y descuentos estratégicos para mejorar la percepción de valor.

### Mejora nutricional de nuestros productos

Nuestro compromiso con una alimentación saludable se integra en la estrategia del Grupo, en línea con los 10 Compromisos por la Salud y Sostenibilidad, que finalizan este 2025 y los 5 Compromisos Contigo, que arrancan en 2026. Aplicamos criterios nutricionales basados en las recomendaciones de la dieta mediterránea y promovemos la transparencia como herramienta para facilitar elecciones responsables.

Trabajamos de manera continuada en la mejora de la composición nutricional de nuestra marca propia, reduciendo nutrientes asociados a patologías prevalentes y eliminando la grasa

de palma en todos nuestros productos desde 2021. Asimismo, impulsamos el uso de sistemas de información nutricional como el Nutri-Score, cuyo cálculo hemos actualizado en toda nuestra gama de acuerdo con los nuevos criterios que entran en vigor en 2026. A cierre del ejercicio, 2.061 productos de marca propia incorporaban Nutri-Score y el 65% obtenía una valoración A, B o C.

El seguimiento de nuestras ventas, desde la perspectiva de la ubicación de los productos vendidos en la pirámide nutricional, forma parte de nuestro control de gestión desde hace más de un lustro. El análisis de los datos del ejercicio 2025 nos muestra que la participación de los alimentos y bebidas de los productos de consumo recomendado diario o frecuente (en la base y parte media de la Pirámide de la Alimentación Saludable, respectivamente), sobre el total de alimentos y bebidas que vendemos alcanza el 58% del total, con crecimiento en categorías muy relevantes para una alimentación saludable como frutas, hortalizas, aceite de oliva, legumbres, huevos, o pescado. El incremento en ventas de los grupos de alimentos más relevantes en una alimentación saludable ha sido de 0,58 puntos porcentuales respecto al ejercicio 2024.

La eficacia de estas acciones en la mejora de la salud de nuestra clientela se avala en un estudio que publicamos en el ejercicio 2025, en el que confirmamos que el etiquetado nutricional avanzado Nutri-Score impulsa decisiones de compra más saludables y mejora la composición nutricional de los productos adquiridos.

Por otro lado, con el objetivo de contribuir activamente a la salud y el bienestar de nuestra clientela, contamos con EKILIBRIA, un programa pionero diseñado por Grupo EROSKI que ofrece información personalizada para facilitar una alimentación equilibrada basada en los principios de la dieta mediterránea. EKILIBRIA analiza las compras registradas en la tarjeta de socio y genera un informe nutricional mensual adaptado al hogar, indicando cómo se ajusta la cesta adquirida a las recomendaciones de grupos de alimentos, cantidades y frecuencias de consumo. Este servicio, gratuito para las personas socias cliente, actúa como una herramienta práctica de acompañamiento hacia hábitos de compra más saludables. En 2025, una media mensual de más de 31.000 personas recibió este informe personalizado.

Además, en el año 2025, 279.934 socios cliente han utilizado los contenidos promocionales de alimentos saludables que les hemos enviado periódicamente como parte de nuestro compromiso por facilitarles una alimentación equilibrada a buen precio.

### **Seguridad de productos e instalaciones. Nuestro sistema de control**

Detallamos a continuación cómo realizamos el seguimiento y la evaluación de la eficacia de las actuaciones que realizamos en Grupo EROSKI para mitigar y gestionar los posibles impactos negativos y riesgos sobre las personas consumidoras. La finalidad de Nuestro Modelo de Gestión de Calidad es garantizar que el producto final que llega a las personas consumidoras ha pasado los controles de seguridad. En este modelo confluyen normas, procesos, procedimientos, herramientas y definiciones que garantizan la seguridad en toda la cadena de valor.

En materia de seguridad alimentaria, son parte fundamental de nuestro modelo:

- El control y la mejora de la cadena de frío.
- La trazabilidad de los productos que comercializamos.

- La homologación de las empresas proveedoras, especialmente las de productos de marca propia.
- El control analítico de los productos que comercializamos, especialmente productos de marca propia y productos de mayor riesgo sanitario servidos por pequeños productores locales.
- La evaluación de nuestras tiendas y plataformas.
- El seguimiento a las reclamaciones de producto de nuestra clientela.
- Adaptación a nuevos requisitos normativos
- La gestión ágil y eficaz de las retiradas de la venta de productos no conformes y de las alertas de producto.

### Cadena de frío

Garantizamos que, en ningún momento del proceso de suministro, ya sea en el transporte, almacenaje o manipulación en tienda, se rompa la cadena de frío. De esta manera podemos asegurar el acceso a los productos en perfectas condiciones y con todas sus propiedades.

### Trazabilidad

Verificamos la trazabilidad de los productos que comercializamos y el mantenimiento de la cadena de frío. Ejemplo de ello, es que estamos certificados, por entidades externas, en varios de nuestros procesos de trazabilidad y cadena de custodia, garantizando al consumidor que los productos certificados que procesamos en nuestras tiendas y plataformas logísticas conservan íntegramente el atributo que les otorga la certificación. Así, cuando declaramos que un pescado fresco de mostrador está certificado bajo los sellos de sostenibilidad MSC o GGN, aseguramos que nuestro proceso no ha alterado su condición y lo comercializamos tal y como corresponde. Como hito del año 2025, hemos incorporado una novedad estratégica: la certificación de jamón, paleta y lomo ibéricos, que procesamos (loncheado y envasado) en nuestras plataformas, reforzando nuestro compromiso con la autenticidad y la transparencia.

### Auditorías a nuestras empresas proveedoras

Homologamos a las empresas proveedoras, especialmente a las de productos de marca propia, y también a los pequeños productores locales con sus marcas y menos recursos preventivos en materia de calidad. Los requisitos de los productos y nuestros estándares de calidad se extienden también a todas las empresas proveedoras con las que trabajamos. En este sentido, hacemos una evaluación continua de nuestra cadena de valor.

En el ejercicio 2025 hemos auditado a 327 empresas proveedoras de marca propia. El 94% de todos nuestros proveedores auditados superan de forma satisfactoria la evaluación. Aquellos proveedores que no la superaron (siempre que las incidencias no fueran graves ni implicaran riesgo para la salud o fraude) han dispuesto de un plazo para corregir las desviaciones encontradas. Transcurrido dicho plazo, hemos vuelto a auditarles. Una vez que el proveedor corrige los problemas detectados, vuelve a estar homologado. Si no supera la auditoría, pierde la homologación y deja de ser proveedor del Grupo EROSKI.

Además, hemos verificado 42 plantas de producción de empresas proveedoras de marca fabricante, especialmente de pequeñas empresas de ámbito de distribución local, con 69% de auditorías satisfactorias.

### Plan de control de producto

Disponemos de un doble control de la calidad para todas las categorías de nuestros productos ya que llevamos a cabo controles analíticos exhaustivos adicionales a los que las empresas proveedoras y fabricantes realizan.

En el ejercicio 2025 hemos analizado más de 29.000 muestras, de las que un 94% resultaron satisfactorias. Los tipos de análisis que realizamos son:

- **Químicos:** garantizamos la ausencia o presencia en las cantidades adecuadas de sustancias relevantes para la salud y la seguridad.
- **Físicos:** garantizamos la ausencia de sustancias o irregularidades en el producto (o su envase) que puedan causar daño en la salud.
- **Biológicos:** garantizamos la ausencia de patógenos, así como la higiene y frescura de los productos.
- **Sustancias alergénicas:** garantizamos la ausencia de sustancias alergénicas o intolerantes no declaradas en los etiquetados.
- **Fraude o incumplimiento:** garantizamos que los productos se ajustan a lo realmente declarado en sus etiquetados.
- **No alimentarios:** garantizamos que los productos no alimentarios son seguros y no causan daño en la salud.

Además, en 2025, y por tercer año consecutivo, hemos certificado con entidades externas la calidad de los combustibles del 100% de nuestras gasolineras.

### Auditorías a puntos de venta y plataformas

Realizamos auditorías internas de calidad a nuestros puntos de venta y a nuestras plataformas logísticas para garantizar que cumplen con todas las exigencias de higiene y de seguridad.

En el ejercicio 2025, hemos llevado a cabo 1.044 auditorías, realizando los siguientes controles:

- Mantenimiento de la cadena de frío y calidad en la cadena de suministro.
- Higiene y limpieza de todas las instalaciones.
- Sistemas de trazabilidad para todos los productos.
- Revisión de la fecha de caducidad de los productos.
- Calidad microbiológica de los productos manipulados en tienda.
- Sistema de gestión de alertas alimentarias y retirada de producto.
- Sistema y herramientas de control de la calidad.

En caso de detectarse algún tipo de incidencia durante las auditorías, establecemos las acciones correctoras y planes de seguimiento necesarias para su mitigación.

### Sistema de gestión de alertas de producto

Tal como se ha descrito con antelación en este mismo apartado, contamos con un sistema rápido de detección de posibles productos no seguros. A partir del cual, activamos un proceso de gestión de alertas alimentarias y no alimentarias en el que hacemos una valoración del riesgo del peligro y en caso necesario bloqueamos el producto en nuestra cadena de suministro y los retiramos de la venta.

La detección de este tipo de incidencias más graves se realiza a través de información interna (controles analíticos, auditorías, reclamaciones de clientes) y externa (alertas oficiales, comunicaciones de autoridades, medios y asociaciones sectoriales). Contamos con un protocolo de activación de crisis que evalúa el riesgo mediante una matriz que combina probabilidad y gravedad. En función del resultado de esta valoración se define la actuación correspondiente. Además, se establece un plan para su gestión y comunicación al cliente final.

Ante una alerta alimentaria, comunicamos de forma inmediata a la clientela que pudieran tener el producto en su hogar para que no lo consuman, utilizando todos los canales disponibles: llamadas telefónicas, SMS, avisos en nuestra web y carteles informativos en tienda, priorizando siempre su seguridad y la transparencia.

En conclusión, cuidamos y controlamos todos estos aspectos a través de una evaluación continua de los procesos en nuestros proveedores, nuestras tiendas y plataformas y de miles de análisis de productos al año. En el ejercicio 2025 hemos cumplido un año más con nuestro Plan de Auditorías, con el Plan de Control de Producto y hemos gestionado de manera rápida y eficiente todas las alertas de producto con impacto en nuestros clientes.

### Prácticas de marketing responsable

Las personas consumidoras buscan cada vez más información sobre los productos que compran. Conscientes de ello, en el Grupo EROSKI trabajamos para ofrecer una información amplia, completa y veraz sobre la composición de los productos, a la vez que informamos sobre los beneficios de mantener una nutrición variada y equilibrada.

Así, las etiquetas de nuestros productos cumplen con los requerimientos de la legislación vigente y también con las exigencias y políticas de nuestra marca propia. Además, incluimos información adicional con pictogramas que facilitan la identificación de alérgenos y sistemas de información nutricional como el Semáforo Nutricional y el Nutri-Score.

Tenemos como objetivo que la información de las etiquetas se comprenda de forma fácil y clara. Las revisiones y la escucha de nuestros consumidores nos ayudan a optimizar cómo la incorporamos en las etiquetas. En el caso de que, por algún error en la cadena de producción, hubiera algún fallo relativo a la seguridad del producto o a la información legal provista en su envase, ese producto se retira de la venta de manera inmediata.

Las lenguas locales son parte esencial del patrimonio cultural de las comunidades de nuestro entorno. Por eso, en el Grupo EROSKI estamos comprometidos en su promoción y difusión. De hecho, desde hace décadas, somos la única empresa de distribución que ofrece el etiquetado de sus productos de marca propia tanto en castellano como en euskera, catalán y gallego. Igualmente, nuestras revistas EROSKI Consumer, EROSKI Club y CAPRABO Sabor también se

pueden leer en los idiomas oficiales de los territorios en los que operamos. Asimismo, apoyamos distintas iniciativas externas que promueven su uso.

Por otro lado, el Departamento de Publicidad dispone de un equipo específico que revisa y verifica la publicidad y elementos de comunicación (folleto, etiqueta, página web, cartelería y comunicación en tienda) que ponemos a disposición de nuestros consumidores para asegurarnos de que la información contenida es clara, precisa y verdadera. Para garantizar buenas prácticas en materia de publicidad, estamos adheridos al convenio europeo de prácticas de marketing responsable.

A pesar de todas las actuaciones descritas para mitigar los riesgos identificados en relación con las prácticas de marketing responsable, tenemos también previstas actuaciones de reparación en caso de que se produzca un impacto negativo real a las personas consumidoras. Ante la evidencia de cualquier actuación inadecuada, o cualquier reclamación de nuestros consumidores, el Departamento de Publicidad lleva a cabo las acciones necesarias para facilitar una publicidad veraz de la forma más rápida posible.

### **Otras medidas adoptadas relacionadas con los impactos materiales sobre los consumidores y usuarios finales**

#### **Consumer: Información útil para que las personas consumidoras puedan decidir mejor**

Consumer es el proyecto informativo de referencia en consumo responsable, que ofrece contenidos claros, contrastados y prácticos para ayudar a las personas a tomar decisiones informadas en su día a día. Con un enfoque independiente y divulgativo, aborda temas de alimentación, salud, tecnología, sostenibilidad y derechos del consumidor.

Principales hitos del ejercicio 2025:

- Revista Consumer: la revista mantiene su formato físico desde 1974, con 11 ediciones al año y más de 250.000 lectores mensuales. A ello se añade la edición digital disponible en [www.consumer.es](http://www.consumer.es). Ambos formatos (digital y papel) se ofrecen en los cuatro idiomas oficiales (castellano, euskera, catalán y gallego).
- Cerca de 151 millones de impresiones en redes sociales y visualizaciones en web desde España, y una comunidad en expansión que alcanza los 257.000 seguidores, consolidando a Consumer como referente en información útil y confiable.
- Continuamos con el impulso al contenido audiovisual a través de la creación de nuevos vídeos explicativos, que han incrementado la interacción con la audiencia.
- Especiales sobre alimentación saludable: este año hemos renovado las versiones digitales de 6 guías prácticas: Frutas, Verduras y Hortalizas, Pescados y Mariscos, Salud y Alimentación, Trabajo y Alimentación y Sexo y Salud. Además, hemos completado nuestros boletines con el lanzamiento del nuevo "Boletín Gastro", que nos permite aprovechar nuestro amplio repositorio de contenidos ligados a la cocina, en un contexto en el que los consejos culinarios y las recetas tienen alto interés entre los usuarios.
- Publicadas 29 notas de prensa, con las que reforzamos nuestro posicionamiento como fuente de información primaria para otros medios. Esto ha generado 524 publicaciones

que han hecho eco de nuestros contenidos, lo que representa más de 211 millones de impactos.

Consumer reafirma su compromiso con la transparencia, la educación y la innovación, manteniendo su propósito de informar para decidir mejor.

Tabla 99. Indicadores del proyecto informativo digital

	2025	2024
Visualizaciones anuales desde web España y redes sociales	150.932.622	89.181.230
Seguidores en redes sociales (Facebook, X, YouTube, LinkedIn, Instagram, TikTok, WhatsApp y Telegram)	257.024	191.051

Tabla 100. Indicadores de la revista Consumer

	2025	2024
Ejemplares físicos al año	1.102.659	1.106.314
Personas lectoras al mes en papel	250.791	251.435

### Escuela de Alimentación: saber más para vivir mejor

Desde el año 2013, la Escuela de Alimentación de la Fundación EROSKI fomenta la alimentación equilibrada y la adopción de hábitos de vida saludable. Pretende ser un punto de encuentro de profesionales de la salud, de la educación, padres y madres, escolares y resto de ciudadanía comprometida con la mejora de su alimentación y estilo de vida.

Toda la información que se ofrece está actualizada y avalada por las investigaciones más recientes y por profesionales de la salud. La Escuela de Alimentación colabora con distintas organizaciones relacionadas con la salud y el consumo responsable. Además, ha sido reconocida anteriormente por diferentes entidades, como la Academia Española de Nutrición o la Estrategia NAOS.

Asimismo, desde la Escuela de Alimentación se realizan estudios y encuestas sobre la alimentación y hábitos en la infancia para ayudar a todos los agentes públicos y privados en la mejora de la salud de los más pequeños. En el año 2025 se ha realizado un estudio centrado en sus hábitos respecto al uso de pantallas y otros dispositivos digitales, en el que han participado 2.581 niños y niñas de entre 8 y 12 años, lo que supone un incremento frente a los 2.126 participantes del estudio sobre hábitos saludables en el año 2024.

### Programa Educativo en Alimentación y Hábitos Saludables (PEAHS)

La educación es la base para avanzar hacia una nutrición más sana, que evite problemas de salud a los niños y niñas. En el Grupo EROSKI, damos mucha importancia a los programas educativos destinados a fomentar una alimentación saludable y a promocionar los hábitos de vida saludable. Por eso, estamos presentes en los centros escolares para divulgar pautas para una mejor nutrición a través de diferentes iniciativas

Tabla 101. Indicadores de los PEAHS

	Curso 2024/2025	Curso 2023/2024
Escolares	233.863	213.629
Colegios	2.433	2.352
Talleres	586	555

### Energía para Crecer

El objetivo de este programa de la Fundación EROSKI es hacer frente a las altas tasas de obesidad infantil y divulgar entre los niños y niñas hábitos saludables de nutrición. Para ello cuenta con materiales didácticos destinados a tres niveles de edad:

- De 3 a 6 años incluye juegos y cuentos;
- Entre 6 y 8 años se aporta material para cinco unidades didácticas,
- Y de 8 a 12 años incluye 10 unidades didácticas.

Además, se ofrecen hasta 7 talleres prácticos diferentes fuera de las aulas, con visitas a tiendas y aula de cocina.

Los contenidos del programa han sido elaborados por un grupo experto formado por profesionales de la medicina, nutrición y dietética, psicopedagogía, pedagogía y sostenibilidad.

En el ejercicio 2025 hemos mantenido el programa formativo semipresencial, que cuenta con más contenido digital para hacerlo más atractivo, interactivo y eficiente.

### Elige Bueno, Elige Sano: CAPRABO junto a los más pequeños

Este es el programa de CAPRABO para una educación en alimentación saludable destinado a menores de entre 2 y 12 años y que en el ejercicio 2025 ha llevado a cabo su 16ª edición. El programa se basa en el decálogo de compromisos de salud y de sostenibilidad de CAPRABO y cuenta con el apoyo de expertos dietistas-nutricionistas, pedagogos y maestros. El objetivo es ayudar a promover la alimentación saludable a lo largo de todas las etapas de desarrollo de niños y niñas.

En 2025, se han llevado a cabo, al igual que en cursos previos, talleres para escolares de primaria en tiendas CAPRABO impartidos por nutricionistas, y otros guiados por los propios docentes del colegio que previamente recibieron los materiales necesarios para la impartición del taller. En total se han llevado a cabo 276 talleres en los que han participado más de 5.800 niños y niñas.

### Programas educativos de VEGALSA-EROSKI

VEGALSA-EROSKI también cuenta con otros talleres como 'Visita Tu Súper', para fomentar hábitos de vida saludables y compra responsable, y 'Mates En Tu Súper', donde se realiza una visita a la tienda para que los niños y niñas aprendan a realizar la compra. En los 112 talleres realizados en total en 2025 han participado en torno a 2.900 escolares.

### **Procesos para definir la actuación adecuada y proporcionar reparación en relación con los impactos negativos de los consumidores y usuarios finales**

Los intereses y opiniones de los consumidores, que surgen de los procesos mencionados en el apartado [3.3.2.2](#) de este capítulo, son analizados por las áreas corporativas correspondientes, para poder gestionar los impactos, riesgos y oportunidades materiales identificados y proporcionar una actuación adecuada y, en su caso, reparación a las personas consumidoras.

En el Grupo EROSKI realizamos un seguimiento y evaluamos la eficacia de nuestras actuaciones e iniciativas en relación con las personas consumidoras y usuarias finales de varias maneras, tal como se recoge anteriormente en este mismo apartado. En el apartado [3.3.2.3](#) de este capítulo explicamos en detalle el proceso que nos permite la reparación en caso de impactos negativos materiales.

### **Enfoque para garantizar que nuestras propias prácticas no causen o contribuyan a impactos negativos**

En el Grupo EROSKI realizamos diferentes coordinaciones y reuniones entre departamentos para gestionar los impactos negativos en la clientela y en las personas consumidoras finales. Diariamente realizamos una coordinación entre las agencias y los supervisores del Servicio de Atención al Cliente del Grupo EROSKI, para analizar y gestionar los impactos. Aquellas cuestiones relevantes que no hayan podido ser resueltas de forma inmediata, se tratan y gestionan en las reuniones semanales del Equipo de gestión del Servicio de Atención al Cliente. Mensualmente se reporta al Comité de Gestión de Marketing.

Tal como se ha descrito anteriormente, se hace un seguimiento del nivel de satisfacción de nuestros clientes, sobre la gestión de las incidencias.

### **Divulgación de problemas y casos graves en materia de derechos humanos en relación con los consumidores**

Como se ha descrito previamente en el apartado [3.3.2.1](#) de este capítulo, nuestro compromiso se extiende al respeto de los derechos humanos de las personas consumidoras o usuarias finales. Desde el Servicio de Atención al Cliente, gestionamos todas las incidencias, inclusive las que puedan tener afectación en los derechos humanos.

En el total de incidencias que hemos gestionado a lo largo del año 2025, no se han identificado casos graves de violaciones de derechos humanos.

### **Evaluación de la eficacia de las actuaciones**

Tal como hemos descrito con antelación, en el Grupo EROSKI evaluamos la eficacia de nuestras actuaciones en la gestión de las incidencias con la clientela y personas consumidoras finales, y seguimos trabajando para mejorar, aún más, su nivel de satisfacción.

En el siguiente apartado [3.3.3.1](#) del presente capítulo detallamos los parámetros y metas que nos hemos marcado.

### 3.3.3. Parámetros y metas

#### 3.3.3.1. Metas relacionadas con la gestión de impactos negativos materiales, el impulso de impactos positivos y la gestión de riesgos y oportunidades materiales (S4-5)

En el Grupo EROSKI, disponemos de metas relacionadas con los impactos, riesgos y oportunidades materiales de las personas consumidoras y usuarias finales descritos en el apartado [1.1.3.3](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general'.

Para determinar los objetivos del Grupo que tengan afectación en la clientela y personas consumidoras finales, nos nutrimos de las aportaciones que hayamos recogido en las diferentes colaboraciones con estos grupos de interés detalladas previamente.

Hoy día contamos con dos objetivos relacionados con la experiencia de cliente y la fidelización:

- Conseguir mínimamente un 92,5% de satisfacción directa en las encuestas por interacción del Servicio de Atención al Cliente.
- Conseguir mínimamente un 90% de resolución directa en las encuestas por interacción del Servicio de Atención al Cliente.

En el Grupo EROSKI no hemos definido metas públicas cuantificables adicionales relacionadas con los IRO derivados de las personas consumidoras y usuarias finales. No obstante, tal y como se indica en el apartado [1.1.3.1](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general', nuestros nuevos Compromisos Contigo a 2030 incorporan planes y metas vinculadas —en particular en los Compromisos 1 y 4: Fomentar la alimentación saludable y Escuchar e Informar a las personas consumidoras— cuyo despliegue iniciaremos a partir de 2026.

Durante el ejercicio 2025, desde el Comité de Sostenibilidad hemos liderado un proceso interno orientado a definir los 20 objetivos estratégicos ESG del Grupo EROSKI, así como sus correspondientes indicadores de seguimiento. Este conjunto de objetivos ha sido aprobado por el Consejo Rector, reforzando nuestra hoja de ruta en materia de sostenibilidad para los próximos años.

Mientras tanto, en el Grupo EROSKI realizamos el seguimiento de la eficacia de nuestras políticas y actuaciones relacionadas con los impactos, riesgos y oportunidades en sostenibilidad mediante los indicadores y parámetros cualitativos y cuantitativos divulgados a lo largo del informe. Este seguimiento se lleva a cabo en los términos de nuestro modelo de gobierno de información de sostenibilidad (apartado [1.1.2.2](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general').

### 3.4. Desarrollo del entorno

Estamos comprometidos desde siempre con la construcción de una sociedad más justa y solidaria y en promover la cultura local de nuestro entorno. Implicamos a nuestros grupos de interés en la concepción y desarrollo de nuestras actividades con fines sociales, integrando sus diferentes necesidades y sensibilidades: personas trabajadoras, personas consumidoras y entidades sociales que participan en las campañas y programas sociales que llevamos a cabo.

En este apartado incluimos información sobre las acciones realizadas desde la Fundación EROSKI adicionalmente a las acciones de las sociedades que componen el Grupo EROSKI, detalladas en el apartado [1.1.1.1](#) del capítulo 'NEIS 2 – Información general'.

En 2025 hemos volcado 25.808 miles de euros a fines sociales junto con nuestros grupos de interés. El 39% de esta cantidad procede de aportaciones del Grupo EROSKI y Fundación EROSKI, el 15% de aportaciones de nuestra clientela (mediante acciones de solidaridad organizadas en las tiendas), y el 46% restante de instituciones y administraciones (a través de compras de producto para garantizar las necesidades de alimentación de las personas en situación de vulnerabilidad).

Tabla 102. Miles de euros canalizados a fines sociales por el Grupo EROSKI y Fundación EROSKI (aportaciones propias, de sus clientes y entidades sociales)

	2025	2024
Solidaridad y acción social	20.972	22.285
Apoyo a familias y colectivos con necesidades especiales	2.127	2.033
Formación e información al consumidor <sup>1</sup>	2.267	1.412
Cultura, ocio y entorno local <sup>2</sup>	412	710
<b>Total <sup>3</sup></b>	<b>25.808</b>	<b>26.440</b>

<sup>1</sup> Se incluye más información sobre las actividades de formación e información al consumidor en el apartado [3.3.2.4](#) del capítulo 'NEIS S4 – Consumidores y usuarios finales'.

<sup>2</sup> Incluye las actividades de sensibilización y protección ambiental.

<sup>3</sup> La ligera reducción respecto al año anterior se debe principalmente al retraso por parte de las administraciones locales en la canalización de las ayudas asistenciales del Fondo Social Europeo Plus (FSE+), del que el Grupo EROSKI ha sido un año más distribuidor seleccionado con su tarjeta de compra para fines sociales.

#### Fundación EROSKI

En Eroski, S. Coop. como cooperativa que somos, destinamos a acciones en favor de la sociedad un mínimo del 10% de nuestros beneficios, es lo que se denomina el Fondo de Contribución Obligatoria para Educación y Promoción Cooperativa y Otros Fines de Interés Público (COFIP). Una parte de estos recursos, junto con las aportaciones del resto de las sociedades del Grupo, se aplica al desarrollo de las actividades de Fundación EROSKI, repartidas en cuatro grandes ejes:

- La formación e información de las personas consumidoras.
- La promoción educativa, cultural y profesional, en especial en materia consumerista y de compromiso con el entorno y el medio ambiente.
- La solidaridad y promoción asistencial.

- La investigación, desarrollo e innovación en relación con el consumerismo, la alimentación, el medio ambiente y los hábitos de vida saludables.

La Fundación cuenta con un equipo técnico multidisciplinar que articula estos ejes y promueve acciones en favor de las personas consumidoras, realiza campañas de divulgación, edita revistas y guías, ofrece becas y ayudas y colabora con organizaciones sociales. El Patronato de la Fundación garantiza que el Plan de Actuación que se define cada año se desarrolle bajo los principios de imparcialidad, independencia, transparencia, eficiencia y responsabilidad. Los ejes de actividad desarrollados en 2025 han sido la información y la formación al consumidor, que se detallan en el apartado [3.3.2.4](#) del capítulo 'NEIS S4 – Consumidores y usuarios finales'.

### Programa de donación Céntimos Solidarios

Nuestro programa de donación permanente Céntimos Solidarios, que pusimos en marcha en noviembre de 2020, facilita la solidaridad de nuestros clientes en sus compras diarias en nuestros establecimientos EROSKI y CAPRABO. Les permite hacer, al pagar su compra con tarjeta o móvil, una pequeña donación a la causa benéfica que esté activa en cada momento. Siempre complementamos esas cantidades con una aportación propia.

En 2025, el Grupo EROSKI y sus clientes han donado 1.368 miles de euros gracias a 9 millones de donaciones de Céntimos Solidarios. Estas aportaciones han ayudado a más de 8.700 personas a través de 61 entidades sociales. El dinero donado ha financiado proyectos de ayuda a la infancia de nuestro entorno y de países en vías de desarrollo, a la protección del medio ambiente y de los animales, a los mayores, a personas en situación de vulnerabilidad, a las personas con cáncer, diversidad funcional, enfermedades raras, degenerativas o mentales, a personas refugiadas, a víctimas de la violencia de género y a la inserción laboral de jóvenes.

A lo largo de 2025, hemos elaborado el Plan de Solidaridad 2026 con base en la escucha realizada a 6.564 personas entre clientes, trabajadores y sociedad, y en la valoración de los 632 proyectos presentados por 386 entidades sociales. La elección de los proyectos para ser receptores de las donaciones de Céntimos Solidarios en 2026 ha tenido en cuenta las preferencias de causas recogidas en ese ejercicio de participación ciudadana y ha sido validado por un Comité Asesor formado por ONG, consumidores y socios.

Desde el inicio del programa en 2020 se han donado más de 8.728 miles de euros y ha habido 57 millones de donaciones por parte de nuestros clientes.

Tabla 103. Indicadores del programa de donación Céntimos Solidarios

	2025	2024
Miles de euros donados por el Grupo EROSKI y sus clientes	1.368	1.268
Número de donaciones al pagar con tarjeta	9.296.968	8.481.113

### Respondemos ante la emergencia social

En el Grupo EROSKI respondemos un año más de forma solidaria ante la situación de vulnerabilidad económica que viven miles de familias en España y que les dificulta el acceso a bienes básicos. Para ello, contamos con distintas actuaciones con foco especial en cubrir las de alimentación de la población más vulnerable, entre las que destacamos:

- **Campañas con los Bancos de Alimentos:** colaboramos con la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) desde hace 29 años organizando recogidas de alimentos en nuestras tiendas. Entre ellas destacan la 'Operación Kilo' del Grupo EROSKI o el 'Zampakilos Solidario' de VEGALSA-EROSKI, ambas en primavera, además de la 'Gran Recogida de Alimentos', en noviembre. Los clientes han podido hacer donaciones tanto de alimentos físicos como económicas, a las que se ha sumado la aportación propia del Grupo EROSKI. Entre todos hemos donado 1.504 toneladas de alimentos, que equivalen a 6 millones de comidas para ayudar a la alimentación de 1.648 familias durante el año.
- **Programa Desperdicio Cero:** como hemos comentado en el apartado [2.4.1.3](#) del capítulo 'NEIS E5 – Uso de los recursos y economía circular', cada año, como parte de nuestro plan contra el desperdicio de alimentos, donamos a través de un centenar de entidades sociales aquellos productos frescos y de alimentación que están próximos a su fecha de caducidad o de consumo preferente, pero que se encuentran en perfectas condiciones de consumo. En 2025 hemos donado 825 toneladas de alimentos y productos básicos, que equivalen a 3,3 millones de comidas básicas para personas en riesgo de exclusión social.
- **Tarjeta de compra para fines sociales:** la tarjeta de compra para fines sociales de EROSKI y CAPRABO es una forma integradora y solidaria de canalizar la ayuda asistencial de administraciones públicas y de entidades sociales a ciudadanos y familias en situaciones de riesgo de exclusión social. Se trata de una tarjeta personal, de aspecto similar a nuestras tarjetas regalo o de fidelización, que se entrega a cada usuario con un importe cargado inicialmente, que la entidad puede recargar de forma personalizada. En 2025 hemos facilitado a 152 entidades públicas y sociales la canalización de ayudas asistenciales a personas en situación vulnerable equivalentes a más de 25 millones de comidas al año.

### Otras acciones sociales

Apoyamos también a colectivos vulnerables, especialmente a los afectados por una enfermedad, y prestamos atención a las necesidades de cooperación internacional. Así, cada año realizamos colaboraciones con decenas de entidades que operan en nuestro entorno o en otros países. Estas son algunas de las principales acciones solidarias que hemos llevado a cabo este año:

- **Campañas solidarias en Baleares:** debido a nuestra presencia destacada en el archipiélago y a nuestro firme compromiso con el apoyo a los entornos más cercanos a nuestras tiendas, hemos desarrollado distintas campañas en tienda para facilitar la solidaridad de nuestros clientes con diversas causas y entidades sociales. En total, se han donado más de 127 mil euros.
- **Apoyo a personas afectadas por una enfermedad o con discapacidad:** mantenemos colaboraciones desde hace muchos años con distintas entidades que asisten a colectivos afectados por alguna enfermedad. Buscamos con ello facilitar a esas personas el acceso al tratamiento de la enfermedad, a apoyo psicosocial o asistencial o a reforzar las ayudas para la investigación para encontrar una cura, entre otros fines. Destacan las colaboraciones con la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC), DOWN Coruña o la Fundación ENKI, así como con la Fundación Pasqual Maragall para

promover la investigación y la lucha contra el Alzheimer; y con ONCE Euskadi para que sus personas afiliadas continúen disfrutando de actividades culturales y de ocio con el objetivo de lograr su plena inclusión en la sociedad.

- **Cooperación internacional:** colaboramos desde 2011 con MUNDUKIDE en un proyecto de apoyo al desarrollo local en distintos países a través del cooperativismo. En 2025, también hemos continuado apoyando a entidades que realizan proyectos en países en desarrollo, como la Federación Niños del Mundo a la que hemos donado artículos de consumo no alimentario, como juguetes, ropa, calzado y material escolar valorados en 61 miles de euros.
- **Apoyo a las familias numerosas:** en 2025, hemos continuado con los programas de apoyo a las familias numerosas a través de asociaciones como Hirukide o FANOC, entre otras. Para ayudar a las necesidades especiales de estas familias ofrecemos ventajas especiales a través de las tarjetas de fidelización y de iniciativas especiales para familias con bebés como el programa Bienvenido Bebé de CAPRABO o la Tarjeta Benvida de la Xunta de Galicia. En 2025, más de 11.000 familias numerosas se han beneficiado de un ahorro de 1.638 miles de euros.

### Sensibilización y protección ambiental

Nos preocupamos por la protección del medio natural también a través de acciones de concienciación ciudadana y colaboración con proyectos locales de preservación de los ecosistemas en los entornos en los que operamos. En 2025 destacamos las siguientes iniciativas:

- **La Hora del Planeta:** nos hemos sumado por decimocuarto año consecutivo a la campaña promovida por WWF con el respaldo de Naciones Unidas, con un apagón simbólicos en algunas de nuestras web y rótulos de tienda.
- **Acciones de sensibilización ambiental:** colaboramos con iniciativas como el programa de Camiño a Camiño del Concello de Vigo, el concurso de relatos cortos Unha árbore, unha historia, que se acompaña anualmente de una plantación de árboles, y el patrocinio del XII Festival Mar de Mares, que se centra en la sensibilización y educación de los más pequeños sobre la riqueza del mar, y que ha incluido la VI Gran Limpieza de Fondos para retirar basura de los ecosistemas marinos gallegos.
- **Escuela de Sostenibilidad de Artigas:** colaboramos con el Centro de Educación Ambiental sobre Residuos de Bizkaia que desarrolla programas formativos sobre residuos urbanos mediante talleres, proyección de audiovisuales y la visita a una exposición interactiva.
- **Semana Europea de Prevención de Residuos:** CAPRABO ha impulsado como cada año actividades de sensibilización, formación e impulso a la conservación del ambiente.

### Fomentamos la cultura, el ocio y el entorno local

En Grupo EROSKI estamos comprometidos con el fomento de la cultura y con la preservación de las tradiciones. Por eso nuestro compromiso con el desarrollo local considera también el valor de las lenguas locales, el ocio y la cultura.

### Promoción y difusión de las lenguas locales

En el caso del euskera, hemos participado en la Feria del Libro y Disco Vasco de Durango (Durangoko Azoka) y hemos colaborado con la organización de la iniciativa Euskaraldia que anima al uso del euskera en el día a día entre la ciudadanía. También hemos colaborado con las principales actividades de promoción del euskera en el sector educativo en cada territorio (Ibilaldia, Araba Euskaraz, Kilometroak, Herri Urrats, Nafarroa Oinez y Fiesta de la Escuela Pública Vasca) a través de la Escuela de Alimentación de la Fundación EROSKI.

También en Galicia ponemos en valor la cultura y la lengua de la región sumándonos a todas aquellas iniciativas que estén estrechamente ligadas a la sociedad gallega, por ejemplo, hemos celebrado como cada año en el Día das Letras Galegas.

### Ocio y cultura

En el Grupo EROSKI favorecemos el ocio y la cultura de las personas consumidoras a través de diversos patrocinios como el del festival cultural Musikaire. En Galicia, y junto con la Fundación EROSKI, mantenemos nuestro compromiso con la Cátedra VEGALSA-EROSKI UDC de Compromiso Social, Comunicación y Reputación Corporativa. Además, un año más hemos mantenido nuestro apoyo a los festivales gallegos como el Morriña Fest, Resurrection Fest, Caudal Fest o Ecos da Ribeira y somos patrocinador oficial del proyecto de intercambio de artes escénicas Camino Escena Norte (CEN) 2025. Asimismo, desde el proyecto informativo Consumer EROSKI contamos con una Guía práctica del Camino de Santiago referente en la materia, con información de interés sobre los caminos oficiales y sus etapas.

Por otro lado, conscientes de la importancia del deporte en la sociedad actual y para desarrollar una vida saludable, también apoyamos actividades deportivas organizadas en nuestro entorno más cercano. En el País Vasco hemos colaborado con el equipo ciclista Fundación Euskadi, con el equipo de baloncesto Bilbao Basket y con carreras y actividades populares como la Subida a Artxanda, entre otras acciones. Además, desde FORUM SPORT hemos organizado un año más la Kosta Trail y en la WOP Challenge, iniciativas deportivas con fin solidario para ayudar a colectivos como las personas con discapacidad o con enfermedades neurodegenerativas.

## 4. Pilar gobernanza

### 4.1. NEIS G1 – Conducta empresarial

#### 4.1.1. Gobernanza

En el Grupo EROSKI entendemos que actuar de manera ética y mantener prácticas responsables son componentes clave para asegurar un desarrollo sostenible en nuestras operaciones, así como, para generar valor duradero con nuestros grupos de interés. Por esta razón, hemos implementado un marco de gobernanza que establece, promueve y evalúa nuestro compromiso con la transparencia, la integridad y el respeto en todas nuestras actividades. En este sentido, el Consejo Rector y el Comité de Sostenibilidad del Grupo EROSKI desempeñan un papel fundamental en la promoción y supervisión de la estrategia de sostenibilidad, así como en el fomento de una cultura organizacional que esté alineada con los valores y principios éticos que sustentan nuestros Códigos de Conducta. Para obtener más información sobre la gobernanza en sostenibilidad, ver el apartado [1.1.2](#) de la 'NEIS 2 – Información general'.

##### 4.1.1.1. El papel de los órganos de administración, dirección y supervisión (NEIS 2 GOV-1)

El papel de los órganos de administración, dirección y supervisión en relación con la conducta empresarial que figura en el presente apartado debe leerse en conjunto con el apartado [1.1.2.1](#) de la 'NEIS 2 – Información general'.

Los órganos de administración, dirección y supervisión del Grupo EROSKI comparten, promueven y protegen los elementos comunes de la cultura corporativa y la conducta empresarial a través de la misión, visión y valores, detallados en el apartado [1.1.3.1](#) de la 'NEIS 2 – Información general'. Destacando valores como: la responsabilidad económica, social y ambiental, el compromiso con el consumidor, la participación, la confianza y la innovación. Además, el Grupo EROSKI está impregnado de la cultura cooperativa; en esta línea hemos aprobado una Política de Conducta Empresarial y Cultura Corporativa, que establece los principales principios y compromisos, así como las directrices y estándares de actuación.

El Comité de Sostenibilidad de Grupo EROSKI tiene competencias en materia de conducta empresarial, colabora en los planes de gestión y estratégicos incluyendo objetivos, acciones e hitos específicos en este asunto supervisa y reporta al Consejo de Dirección sobre la ejecución de dichos objetivos, y sugiere las mejoras o modificaciones que estime oportunas de políticas relacionadas con la conducta empresarial.

Respecto a la experiencia de los órganos de administración, dirección y supervisión en cuestiones de conducta empresarial, tres de los miembros del Consejo Rector forman parte del patronato de Fundación EROSKI, que lleva a cabo múltiples iniciativas de acción social, principalmente relacionadas con la promoción de los hábitos de vida saludables, la formación al consumidor, la defensa del medio ambiente y la solidaridad. Otros cuatro miembros del

Consejo Rector tienen experiencia en materias de cultura empresarial; uno en particular en materia de ciberseguridad (implantación y formación en temas de ciberseguridad), y tres en materias relacionadas con el cumplimiento del Código de Conducta, la prevención del acoso, la divulgación de la Misión, Visión y Valores de la empresa, así como la gestión del cambio, entre otras.

Tras la formación impartida por la consultora EY a los órganos de administración, dirección y supervisión en el ejercicio 2024 en materia de sostenibilidad relativa al cambio producido por la introducción de la nueva directiva CSRD, a lo largo del 2025 los miembros de dichos órganos han continuado su formación para seguir avanzando en materia de sostenibilidad y conducta empresarial, en las siguientes ocasiones:

- La Comisión de Nombramientos y Retribuciones, recibió en marzo una formación sobre el modelo retributivo del Grupo EROSKI.
- Asimismo, en el mes de septiembre, los miembros de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento han recibido formación en materia de Gobierno Corporativo acerca del funcionamiento, competencias y mejores prácticas en las Comisiones de Auditoría, impartida por la consultora Deloitte.
- Los miembros del Consejo Rector, el 30 de octubre de 2025 recibieron una formación en materia de acoso sexual, junto con los componentes del Consejo Social, con el fin de concienciar a todas las personas socias y trabajadoras, desde los órganos sociales en esta materia.
- Los miembros del Consejo de Dirección de Eroski, S. Coop. han recibido formación para reforzar las habilidades en su rol de portavoces de la organización en la difusión de los mensajes corporativos a través de A3media. Asimismo, entre marzo y diciembre de 2025 han asistido a distintos talleres sobre liderazgo corporativo. Además, en el mes de noviembre recibieron una formación relacionada con la aplicación de faltas derivadas de situaciones de acoso sexual.
- Los miembros del Consejo de Dirección de VEGALSA-EROSKI han recibido en 2025 una formación sobre Microsoft Copilot en el aula virtual, una formación presencial sobre liderazgo (Kaizan Leadership), así como una formación en materia de ciberseguridad impartida por la compañía Zúrich.

Todas las sociedades que conforman el Grupo llevan aparejados valores cooperativos como:

- Desarrollo personal y profesional, mejora de los conocimientos y aptitudes.
- Sentimiento de pertenencia, a través de la identificación individual de confianza en el proyecto.
- Traslado de información, con alto nivel de conocimiento, con procesos de comunicación interna adecuados.
- Dinamismo y adaptación al cambio.
- Orientación básica a la clientela.
- Calidad de vida, a través de la consecución de buenos niveles en las condiciones generales de trabajo.
- Compromiso social con el entorno, a través del consumo local y como agentes activos en los entornos en que operamos.
- Profesionalización, procurando a las personas la capacidad para ejecutar su oficio.

Propugnamos la tolerancia cero con la corrupción y el soborno, así como con cualquier tipo de acoso o actuación que no respete la igualdad, la diversidad y la inclusión. En este sentido, contamos con un sistema de cumplimiento efectivo, autónomo, independiente y robusto, basado en los Códigos de Conducta y dotado de los correspondientes Canales Internos de Información, para comunicar cualquier irregularidad o incumplimiento de los principios de conducta recogidos en sendos Códigos, con la mayor protección de quienes hacen uso de los Canales.

## 4.1.2. Gestión de impactos, riesgos y oportunidades

### 4.1.2.1. Descripción de los procesos para determinar y evaluar los impactos, los riesgos y las oportunidades materiales (NEIS 2 IRO-1)

Según lo expuesto en el apartado [1.1.4.1](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general', el proceso llevado a cabo para identificar impactos, riesgos y oportunidades relacionados con la conducta empresarial, así como los resultados obtenidos de dicho análisis están alineados con la gestión de riesgos del Grupo.

En lo que respecta a los impactos, riesgos y oportunidades relacionados con la conducta empresarial obtenidos de dicho proceso, se encuentran identificados en el apartado [1.1.3.3](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general'.

### 4.1.2.2. Políticas de conducta empresarial y cultura corporativa (G1-1)

#### Establecimiento, desarrollo y fomento de la cultura cooperativa

En el Grupo EROSKI la cultura cooperativa y el compromiso con el entorno implican contar con una estructura societaria y con las herramientas necesarias que permitan promocionar una cultura corporativa bidireccional constante. Los órganos societarios se reúnen mensualmente, y su estructura permite que la información acerca de las decisiones del Consejo Rector, lleguen a todas las personas socias a través del Consejo Social, las Comisiones Delegadas y las personas delegadas de centros, y que, a su vez, las propuestas, iniciativas, debates y opiniones de estas, alcancen al Consejo Rector.

De esta manera, el Consejo Rector orienta la cultura corporativa a todas las personas socias de la cooperativa, promoviendo el debate y consenso en todas las normativas corporativas, como, por ejemplo, las modificaciones estatutarias aprobadas en 2025, las normas laborales (normativa de retribución), la normativa de gestión de la incapacidad temporal coincidente con vacaciones, la normativa de financiación de la aportación social a nuevos socios, los resultados de las encuestas de satisfacción y otros. Asimismo, en aquellas materias establecidas internamente, el Consejo Rector promueve consultas universales no vinculantes que refuerzan la estrategia. También se comparten los planes de gestión y planes estratégicos y se recogen aportaciones para los mismos.

En FORUM SPORT, las personas trabajadoras participan con idéntico modelo de participación y fomento de la cultura corporativa descritos en este apartado, a través de la sociedad Gespa Forum, S.C.P, en la que participan la mayoría de sus personas trabajadoras.

Similares mecanismos de participación y fomento de la cultura corporativa están implantados en el resto de las sociedades del Grupo EROSKI, que, si bien no cuentan con un sistema de órganos sociales como en la cooperativa, los canales de escucha a través de las encuestas de satisfacción y de compromiso suponen un elemento clave para indagar y conocer las inquietudes de las personas trabajadoras e implantar planes de acción para la mejora de la cultura corporativa. Asimismo, los programas formativos y de acogida incluyen información sobre el Código de Conducta y otros elementos de la cultura corporativa que ayudan a inculcar la cultura cooperativa.

En el Grupo EROSKI fomentamos la cultura corporativa a través de:

- La plataforma de formación interna Orain en la que se promueven acciones formativas dirigidas al personal en diversas materias como la salud, la sostenibilidad, el cumplimiento legal, la protección de datos o la inteligencia artificial, entre otras.
- La organización de foros entre las personas socias trabajadoras en los que se debate acerca de la calidad o la mejora de productos destinados al cliente final.
- Las jornadas de bienvenida o acogida a las personas socias de nuevo ingreso, incluyendo información sobre prevención de riesgos laborales, etc. Desde la Oficina de Cumplimiento se ha incluido en 2025 el contenido formativo de *compliance* en el manual de acogida para las nuevas incorporaciones de las sedes, tiendas y plataformas. En el proceso de acogida, se designa a una persona socia denominada Kide que hace las funciones de mentora para las personas socias de nueva incorporación y ayuda así a inculcar y promocionar la cultura corporativa.
- Herramientas como la encuesta de satisfacción entre las personas socias, el programa de escucha, la encuesta de compromiso y la entrevista 180°, permiten evaluar la cultura corporativa.
- Los tableros de anuncios de los centros comerciales y sedes, apoyados en trípticos o cartelera divulgativa.

En el Grupo EROSKI impulsamos una adecuada sensibilización y divulgación interna sobre la relevancia de las prácticas de conducta empresarial. Durante el ejercicio 2025, hemos desarrollado diversas acciones formativas en materias clave, entre las que destacan:

- Prevención del blanqueo de capitales y financiación del terrorismo, con una formación enfocada tanto en los fundamentos normativos como en su aplicación práctica en el trabajo diario.
- Igualdad y diversidad, con contenidos dirigidos a reforzar el respeto, la inclusión y la igualdad de oportunidades en el entorno laboral.
- Salud y prevención de riesgos laborales, para mejorar la identificación de riesgos y consolidar comportamientos seguros en los distintos puestos de trabajo.
- Seguridad de la información y ciberseguridad, esenciales para garantizar la protección de datos y el uso responsable de los sistemas corporativos.

Adicionalmente, de manera periódica impartimos formaciones específicas para reforzar el conocimiento del Sistema de Compliance, incluyendo contenidos sobre los Canales Internos de Información y el Código de Conducta, tal y como se detalla en el apartado dedicado a la formación en prevención de riesgos penales ([4.1.2.4](#)). Además, en el marco del plan anual de concienciación sobre la cultura de cumplimiento, en 2025 se ha llevado a cabo en una ocasión el lanzamiento de píldoras informativas sobre aspectos claves del sistema de gestión de los Códigos de Conducta y de los Canales Internos de Información.

### Políticas relacionadas con la conducta empresarial

Los valores y principios de nuestra cultura corporativa se materializan en un conjunto de políticas y prácticas que fomentan un entorno de responsabilidad y cumplimiento normativo que involucra a todo el Grupo EROSKI. En el apartado [1.1.4.3](#) del capítulo 'NEIS 2 - Información general', se puede consultar el abanico completo de las políticas existentes en el Grupo EROSKI.

En el presente apartado se describen las políticas relativas a la conducta empresarial establecidas para fomentar y gestionar la cultura corporativa:

### Código de Conducta

Nuestro Código de Conducta, en vigor desde 2011, fue actualizado y aprobado nuevamente en 2024 por el Consejo Rector; en VEGALSA-EROSKI contamos con un Código de Conducta propio desde 2018. Ambos documentos se erigen en una declaración de nuestros principios y establecen reglas concretas que buscan que las actividades y las relaciones del Grupo EROSKI se lleven a cabo de una forma honesta y ética. Este instrumento pone de manifiesto el principio de diligencia debida para prevenir, detectar y erradicar cualquier conducta irregular.

Creemos que una organización transparente e íntegra es la mayor garantía a la hora de generar confianza en sus grupos de interés. Así, contamos con mecanismos que nos permiten prevenir y gestionar acciones que no se correspondan con nuestros principios éticos y normativos.

Desde el punto de vista sancionador, nos guiamos por los Estatutos Sociales, el Reglamento de Régimen Interno o la normativa aplicable en su caso.

Comunicamos nuestros Códigos de Conducta a nuestras personas trabajadoras, socias y empresas proveedoras, con el objetivo de que haya un entendimiento común de los límites dentro de la organización y de las normas para interactuar entre todas las personas que forman parte del Grupo EROSKI o se relacionan con nosotros.

El Código de Conducta tiene como propósito sintetizar las pautas de comportamiento que deben orientar el trabajo diario de sus personas administradoras y trabajadoras, cualquiera que sea su responsabilidad, posición en la organización, tipo de contrato laboral o lugar donde desarrolle su actividad. Determina los comportamientos esperados de las personas en aquellas cuestiones de índole ética, relacionados con los compromisos de la organización en la materia o con la normativa aplicable, que resultan más relevantes dadas sus actividades y características. En VEGALSA-EROSKI contamos con un Código de Conducta propio.

El Código identifica los principales principios y compromisos adquiridos y pone de manifiesto el principio de diligencia debida aplicado por la organización en materia de ética e integridad para la prevención, detección y erradicación de conductas irregulares, cualquiera que sea la naturaleza de éstas.

Los principios de conducta recogidos en el Código de Conducta son de obligado cumplimiento por las personas administradoras y trabajadoras que desempeñan sus funciones en el Grupo EROSKI.

La Comisión de Auditoría y Cumplimiento tiene asignada la responsabilidad de velar por el conocimiento, comprensión y cumplimiento del Código de Conducta y de asegurar el adecuado funcionamiento de los mecanismos de salvaguarda establecidos por el Grupo EROSKI. Entre sus funciones se encuentra asimismo la monitorización del cumplimiento del Código en la organización y el reporte periódico sobre tal al Consejo Rector.

### Política de Gobierno Corporativo

El propósito de esta Política es definir la estrategia y los compromisos generales en materia de gobierno corporativo para todas las sociedades del Grupo, basándonos en la aplicación de los más altos estándares éticos y el cumplimiento de las mejores prácticas en gobierno corporativo, junto con los valores propios del Grupo EROSKI. En este sentido, la presente Política establece los criterios y pautas que deben regir la organización y el funcionamiento de los órganos de gobierno del Grupo, en desarrollo de la normativa aplicable y las mejores prácticas de gobierno corporativo.

La Comisión de Auditoría y Cumplimiento del Consejo Rector de Eroski, S. Coop. tiene la responsabilidad de supervisar y revisar periódicamente la presente Política. En cumplimiento de dichas funciones, La Comisión deberá someter al Consejo Rector las observaciones o propuestas de modificación que considere pertinentes. Asimismo, corresponde a esta Comisión verificar anualmente el grado de cumplimiento de la Política, evaluando su eficacia a través de la medición de los distintos principios de la presente Política: grado de formalización del gobierno corporativo, determinación de funciones del Consejo Rector y Dirección General, composición, diversidad y efectividad del Consejo Rector, nivel de desarrollo de los derechos de las personas socias y prácticas de auditoría, transparencia y divulgación.

Finalmente, toda la información relativa al desarrollo, cumplimiento y eficacia de la Política será comunicada al Consejo Rector, garantizando de este modo la transparencia y el adecuado seguimiento de la Política.

Nuestro Sistema de Gobierno Corporativo se estructurará en torno a los siguientes principios generales de actuación y compromisos:

- Promoción del interés de la Sociedad y del Grupo.
- Cumplimiento de mejores prácticas de gobierno corporativo.
- Cumplimiento legal y compromiso ético.
- Actuación íntegra, honesta y leal frente a la organización.
- Fortalecimiento del órgano de administración y del equipo de personas directivas.
- Efectividad del sistema de cumplimiento.
- Impulso de la diversidad e inclusión en el órgano de administración.

- Comunicación a las personas socias trabajadoras y al mercado.
- Comunicación efectiva dentro de la organización.
- Promover la sostenibilidad a largo plazo.
- Fomento de la cultura de innovación.

### Política de Conducta Empresarial y Cultura Corporativa

Esta Política establece los principios y elementos necesarios para construir una cultura sólida y común en todo el Grupo EROSKI.

Esta política debe ser entendida y leída junto a los marcos corporativos y con la restante normativa de conducta aplicable en el Grupo, con especial atención a los Códigos de Conducta, que recogen los comportamientos y valores de conducta que debemos seguir todas las personas del Grupo.

La Cultura Corporativa se nutre de valores compartidos y estándares éticos en línea con nuestros Códigos de Conducta, para ganar la confianza de las personas socias, trabajadoras, clientela, y de la sociedad en general.

La promoción de la cultura debe impulsarse desde los órganos de más alto nivel de la organización. Los órganos son, por tanto, los primeros responsables del cumplimiento y seguimiento de su transmisión interna y externa, sin perjuicio de la necesaria colaboración con otros órganos de gobierno.

El órgano de administración, entre otros, divulga especialmente la misión, visión y valores de la empresa entre todas las personas trabajadoras a través de los canales de comunicación establecidos, y debate y divulga los resultados de las posibles encuestas de cultura con el fin de reparar los impactos, riesgos y oportunidades materiales en materia de cultura empresarial.

Nuestra cultura corporativa se basa en los siguientes valores cooperativos:

- Desarrollo personal y profesional de las personas trabajadoras.
- Sentimiento de pertenencia en el proyecto empresarial.
- Información a través de la participación en los procesos de comunicación interna.
- Dinamismo y adaptación al cambio en los hábitos de actuación por parte de toda la organización.
- Orientación a la clientela.
- Calidad de vida, con buenos niveles en las condiciones generales de trabajo.
- Compromiso social con el entorno, promoviendo el consumo de productos locales y siendo agentes activos en el desarrollo social y económico de los entornos donde operamos, así como promoviendo una cadena de suministro sostenible.
- Profesionalización.

### Política de Prevención y Gestión de Conflictos de Interés

Se considera que existe conflicto de interés en aquellas situaciones previstas por la ley y, en particular, cuando los intereses de las personas sujetas sean por cuenta propia o ajena, entren en colisión, de forma directa o indirecta, con el interés social de las sociedades integrantes del Grupo EROSKI.

Existirá interés cuando el asunto afecte a los altos cargos de representación y los altos cargos de dirección o a las personas vinculadas.

Las situaciones de conflicto de interés se registrarán por las siguientes reglas:

- Obligación de evitar situaciones de conflicto de interés.
- Obligación de comunicación y abstención.
- Régimen de dispensa.
- Resolución de los conflictos de interés.
- Procedimiento en operaciones intragrupo sujetas a conflicto de interés.

El Comité de Cumplimiento Normativo se asegura de la difusión y conocimiento de esta Política entre las personas sujetas.

En VEGALSA-EROSKI contamos con una política propia de Prevención de Conflictos de Interés adaptada a las singularidades de esta sociedad, y es su Comité de Cumplimiento quien vela por la difusión y conocimiento de dicha Política.

### Política Anticorrupción

Tiene la finalidad de proyectar a todos los administradores, directivos y personas trabajadoras, así como a terceros que se relacionen con el Grupo, una actitud de tolerancia cero frente a todo acto ilícito o conducta que contravenga el comportamiento honesto, responsable y legal, y la voluntad del Grupo de erradicarla en todas sus actividades. Esta política aplica adicionalmente a las empresas proveedoras y al resto de socios comerciales.

El Comité de Cumplimiento Normativo es el órgano colegiado encargado de la supervisión y aplicación de la presente Política Anticorrupción, para ello, evalúa periódicamente su eficacia y solventa las consultas, sugerencias o dudas interpretativas que pudieran surgir en su aplicación, con el auxilio de la Oficina de Cumplimiento.

Con el fin de prevenir cualquier forma de corrupción, en el Grupo EROSKI llevaremos a cabo todas sus actividades de acuerdo con la legislación en vigor en todos los ámbitos de actuación y de acuerdo con lo establecido en los Códigos de Conducta, atendiendo a su espíritu y finalidad. Siguiendo los siguientes principios generales de actuación:

- Cumplir con las leyes, cumpliendo estrictamente con las normas internas y externas que aplican a nuestra organización y a nuestra propia actividad.
- Actuar con honestidad, integridad y lealtad a la organización en todas las transacciones y relaciones empresariales.
- El cumplimiento de todas las conductas establecidas en los correspondientes los Códigos de Conducta.
- Dotarnos de un sistema de cumplimiento efectivo, autónomo, independiente y robusto que nos permita además a todas las personas del Grupo afectadas, poner en conocimiento de la organización a través principalmente del correspondiente Canal Interno de Información.
- Luchar contra la corrupción y prácticas desleales a través de implementación de acciones y políticas para prevenir y sancionar el fraude y el soborno.

- Comunicación efectiva, la cultura del Grupo debe promoverse mediante la transparencia y el diálogo abierto en toda la organización.
- Cadena de valor responsable, a través de la implementación de prácticas de diligencia debida y control de la cadena de suministro en relación con los objetivos de la organización y las obligaciones legales ambientales y en derechos humanos y laborales. Incluye la sensibilización y capacitación de la cadena de suministro.

En cumplimiento con la normativa vigente, se prohíbe la realización por parte del Grupo EROSKI o sus integrantes en nombre del Grupo EROSKI, de cualquier tipo de donación o aportación, con independencia de su cuantía y forma, destinadas a un partido político, federación, coalición o agrupación de electores, así como a fundaciones y entidades vinculadas a partidos políticos o dependientes de ellos en los términos previstos en la disposición adicional séptima de la Ley Orgánica 8/2007, de 4 de julio, de Financiación de Partidos Políticos.

En VEGALSA-EROSKI contamos con una política propia de Anticorrupción adaptada a las singularidades de esta sociedad, y es su Comité de Cumplimiento quien vela por la difusión y conocimiento de dicha Política.

#### Política del Sistema Interno de Información y Protección del Informante

Esta Política tiene por finalidad dar cumplimiento a la Ley 2/2023, de 20 de febrero, reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción. Refleja asimismo nuestros valores éticos y el firme compromiso del Grupo EROSKI con el cumplimiento normativo, la integridad y la observancia de la legalidad.

El Sistema Interno de Información constituye un mecanismo esencial para prevenir y detectar conductas contrarias a la normativa legal, a los Códigos de Conducta del Grupo EROSKI y al resto de nuestro Marco Corporativo de Cumplimiento. Su eficacia exige garantizar que cualquier persona que comunique información relevante pueda hacerlo en un entorno seguro, confidencial y libre de represalias. Nuestra Política establece el marco de integridad, transparencia y responsabilidad que asegura la indemnidad del informante y posibilita la recepción, análisis y tratamiento adecuado de informaciones relacionadas con presuntas infracciones.

Esta Política es aplicable tanto a las personas físicas que presten servicios en el sector privado o en el público, como a los trabajadores de la cadena de valor del Grupo EROSKI.

Las comunicaciones podrán referirse, entre otras materias, bien por acción o por omisión, a:

- Incumplimientos de nuestros Códigos de Conducta.
- Hechos contrarios al Programa de Prevención de Riesgos Penales o a otros protocolos de cumplimiento.
- Posibles infracciones penales o administrativas graves o muy graves, incluyendo aquellas que afecten a la Hacienda Pública o a la Seguridad Social.
- Incumplimientos en materia de seguridad y salud laboral.
- Infracciones del Derecho de la Unión Europea conforme al artículo 2.1 (a) de la Ley 2/2023.
- Cualquier otra infracción prevista en dicha Ley.

Todas las comunicaciones recibidas se gestionan conforme a los Procedimientos de Gestión de Informaciones, garantizando:

- Tratamiento diligente en un plazo máximo de tres meses.
- Preservación de la confidencialidad y del anonimato, en su caso.
- Investigación objetiva de los hechos.
- Emisión de conclusiones y remisión a los órganos internos competentes.

Los casos relacionados con acoso laboral o acoso sexual se tramitan mediante un procedimiento específico gestionado por una Comisión Instructora, que abre el correspondiente expediente de investigación confidencial y que una vez finalizado, eleva conclusiones a la Dirección de Personas para la adopción de las medidas oportunas.

El Comité de Cumplimiento Normativo (CCN) es el responsable último del adecuado funcionamiento del Sistema Interno de Información y de la aplicación de esta Política. Para garantizar una gestión ágil y especializada, el Comité delega la tramitación de expedientes en una persona designada como delegada, cuyo nombramiento o cese se comunica a la Autoridad Independiente de Protección al Informante o al órgano autonómico competente.

El Grupo EROSKI ha aprobado sendas Políticas del Sistema Interno de Información y Procedimientos de Gestión de Informaciones que recogen los principios establecidos en la Ley 2/2023 de Protección del Informante.

El Grupo EROSKI dispone de dos Canales Internos de Información accesibles desde las intranets de Grupo (Prisma y Nexa) y los sitios web corporativos. Estos canales permiten comunicar, de manera confidencial, cualquier conducta presuntamente delictiva o contraria a la normativa interna o externa, garantizando en todos los casos confidencialidad, protección frente a represalias y posibilidad de comunicación anónima.

Desde la aprobación del Sistema Interno de Información en junio de 2023, hemos reforzado la difusión mediante comunicaciones corporativas y píldoras formativas, recordando a las personas trabajadoras la disponibilidad del canal gestionado por la Oficina de Cumplimiento y supervisado por el Comité de Cumplimiento Normativo y la Comisión de Auditoría y Cumplimiento.

El responsable de la Oficina de Cumplimiento informa al CCN de todas las comunicaciones recibidas tanto por el Canal Interno de Información como por el Área Social. El CCN es el órgano responsable del Canal Interno de Información, cuya Dirección actúa como representante ante los organismos públicos competentes y cuenta con el apoyo de la Oficina de Cumplimiento para la tramitación de las comunicaciones. Por su parte, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento supervisa el funcionamiento de los procedimientos de recepción, tramitación, notificación y respuesta de las consultas.

VEGALSA-EROSKI cuenta con su propia Política del Sistema Interno de Información, adaptada a las particularidades de esta sociedad. Su Sistema Interno de Información incluye un canal de comunicación interno propio, denominado Canal de Cumplimiento y un procedimiento específico de gestión de informaciones. En 2025, VEGALSA-EROSKI formó a 219 personas sobre el Sistema Interno de Información y Compliance Penal, además de incluir esta materia en su manual de acogida.

### Política de Cumplimiento Normativo Penal y Plan de Prevención de Riesgos Penales

La ética y el cumplimiento son para el Grupo EROSKI pilares fundamentales para el buen funcionamiento de la organización y el logro de sus objetivos estratégicos. Las sociedades del Grupo se obligan a actuar con la máxima diligencia, respetando el compromiso de tolerancia cero frente a la corrupción y al soborno, así como a prevenir la comisión de otros actos ilícitos, en el desempeño de sus funciones y en las relaciones con sus grupos de interés.

Para ello, en el Grupo EROSKI contamos con dos Planes de Prevención de Riesgos Penales, uno para VEGALSA-EROSKI y otro para el resto de las Sociedades del Grupo que incluyen un modelo de organización, prevención y control de los riesgos de cumplimiento que pudieran surgir en el seno de la organización.

Asimismo, excepto para VEGALSA-EROSKI, contamos con una política de Cumplimiento Normativo Penal, que establece los principios que la inspiran, los aspectos instaurados en el programa específico para gestionar el riesgo de comisión de delitos y las conductas constitutivas de infracción penal. También desarrolla la función de cumplimiento normativo, siendo una pieza clave el Comité de Cumplimiento Normativo. La mencionada política establece los roles y responsabilidades del Órgano de Administración, La Dirección General de Eroski, S. Coop., y la Alta Dirección, así como de los mandos intermedios y del resto de las personas trabajadoras.

El Órgano de Administración es el máximo órgano responsable de supervisar y asegurar el cumplimiento. En el caso de VEGALSA-EROSKI, está asistido por el Comité de Cumplimiento y para el resto de las sociedades del Grupo por la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, del que depende el Comité de Cumplimiento Normativo.

Los Planes de Prevención de Riesgos Penales del Grupo EROSKI se centran en:

- Analizar los posibles riesgos penales que pudieran afectar al Grupo EROSKI, entre los que se incluyen los riesgos por corrupción y soborno.
- Fijar los controles, tanto genéricos como específicos, necesarios para mitigar los riesgos penales de las sociedades.

De acuerdo con el Mapa de Riesgos Penales aprobado en el Grupo EROSKI, los cargos en los que existe un mayor riesgo de corrupción y soborno son las direcciones de las áreas vinculadas a: la gestión jurídica, las actividades comerciales y de relación con proveedores, la operación de la red comercial, la logística y aprovisionamiento, los servicios inmobiliarios y de expansión, las funciones económico-financieras, así como determinados ámbitos tecnológicos y de marketing. Sobre estas áreas se refuerzan las medidas de control, supervisión y formación, garantizando así un marco de integridad y cumplimiento adecuado en todas las sociedades del Grupo.

### Política de Bienestar Animal

La presente Política establece los principios y criterios de actuación orientados a conseguir y mantener el bienestar de los animales en relación con las condiciones en las que vive y es, en su caso, sacrificado. El Bienestar Animal se refiere al estado físico y psicológico de los animales, asegurando sus necesidades fundamentales de manera ética y responsable. Implica que los

animales involucrados en la cadena de suministro (y en todas sus fases) sean tratados con respeto y dignidad.

Los principios de Bienestar Animal que informan esta Política se aplican en toda la cadena de suministro y son asumidos como propios por los proveedores del Grupo EROSKI de los productos afectados.

El órgano de administración es responsable de impulsar y garantizar el cumplimiento de esta política, a través de su integración como marco de trabajo para los equipos principalmente del Área Comercial responsables de los productos afectados de Logística, Transporte, y Punto de Venta.

Esta Política debe considerarse como complementaria a la Política de Pesca y Acuicultura Sostenibles en lo que corresponde al pescado de crianza (acuicultura).

Los principios de esta política incluyen el respeto por la vida animal, el cumplimiento de las cinco libertades del bienestar animal, además de la normativa, y la promoción de estos principios en la cadena de valor, especialmente entre las empresas proveedoras afectadas y la clientela, para favorecer la adopción de elecciones de compra más responsables. Los anteriores principios se concretan en directrices que se basan principalmente en la adopción del estándar Welfair®, en el ECC o Compromiso Europeo del Pollo y en los estándares GlobalG.A.P. para el pescado de crianza (acuicultura).

### Política de Pagos

Mantenemos una política de pagos responsable, orientada a evitar retrasos, lo cual es especialmente sensible a las necesidades de las pymes. Esta política tiene como finalidad establecer los principios generales y definir las bases que rigen nuestros criterios de pago a todas las empresas proveedoras y acreedoras del Grupo EROSKI. Su objetivo es garantizar el correcto cumplimiento de las obligaciones contraídas y lo establecido en la Ley 3/2004, de 29 de diciembre, modificada por la Ley 15/2010, de 5 de julio.

El Departamento Económico-Financiero del Grupo supervisa la implementación de esta política, en colaboración con el Departamento Comercial y con los demás departamentos que mantienen relaciones y negocian con terceros.

Los principios que rigen esta política son los siguientes:

- Los pagos de productos de alimentación frescos y perecederos no excederán de treinta días, a contar a partir de la fecha de entrega y recepción de la mercancía.
- Para los demás productos de alimentación y gran consumo no se excede del plazo de sesenta días, salvo pacto expreso, sin que en ningún caso pueda exceder el plazo de noventa días.
- Con relación a los productos que no sean frescos o perecederos ni de alimentación y gran consumo, los plazos de pago son negociados por ambas partes: empresas proveedoras y el Grupo EROSKI.

En el apartado [4.1.3.3](#) de este capítulo se detallan los parámetros de evaluación.

#### 4.1.2.3. Gestión de las relaciones con los proveedores (G1-2)

En el Grupo EROSKI gestionamos las relaciones con proveedores desde una perspectiva de responsabilidad social, sostenibilidad y conducta empresarial ética, asegurando la coherencia con nuestros compromisos y modelo de negocio. Las relaciones con nuestros proveedores integran criterios sociales, ambientales y de buena gestión, así como mecanismos de control, homologación y acompañamiento, con el objetivo de garantizar que toda nuestra cadena de suministro opera conforme a nuestros estándares.

En primer lugar, contamos con una cláusula contractual de responsabilidad social empresarial que establece expectativas claras en materia social, laboral y de ética empresarial (véase el apartado [3.2.2.4](#) del capítulo 'NEIS S2 - Trabajadores de la cadena de valor'). Esta cláusula actúa como un requisito mínimo para todos los proveedores y constituye la base de nuestro enfoque de compras responsables integrando criterios sociales y medioambientales en la selección de nuestros proveedores.

Además, nuestra gestión incorpora medidas específicas en función del tipo de proveedor, con el fin de asegurar que los riesgos sociales, laborales y ambientales se gestionen de manera adecuada:

- **Proveedores locales:** mantenemos un programa de acompañamiento a proveedores locales, para fomentar su desarrollo, mejora y profesionalización. En la etapa inicial de este programa, se realiza un diagnóstico del estado de situación de estas empresas proveedoras en relación con aspectos de la sostenibilidad ambiental, social y de gobernanza, para identificar sus fortalezas y áreas de mejora y, así, poder ofrecerles formación y apoyo para su mejora continua (véanse los apartados [3.2.2.2](#) y [3.2.2.4](#) del capítulo 'NEIS S2 - Trabajadores de la cadena de valor')
- **Proveedores de marca propia:** para los proveedores de productos frescos, EROSKI Natur, incluimos exigencias adicionales como contar preferentemente con certificaciones externas en materia de sostenibilidad y bienestar animal. Por ejemplo, las frutas y hortalizas EROSKI Natur cuentan con sellos como GlobalG.A.P. o Producción Integrada, y el pescado está certificado con los sellos MSC, para el extractivo, o GlobalG.A.P. para el de acuicultura. Además, en el caso de los productos con sello GlobalG.A.P., certificamos con el módulo GRASP de responsabilidad social a los productores, que garantiza el cumplimiento de buenas prácticas relativas a los derechos laborales y humanos. Adicionalmente, realizamos auditorías a las fábricas de estos proveedores y aplicamos un proceso de homologación exigente que garantiza el cumplimiento de requisitos de seguridad y calidad (véase el apartado [3.3.2.4](#) del capítulo 'NEIS S4 - Consumidores y usuarios finales').
- **Proveedores de importación:** impulsamos productos con sellos de comercio justo e incorporamos la obligación de someterse a auditorías sociales de terceros, reforzando la protección de los derechos humanos en la cadena global (véase [3.2.2.4](#) del capítulo 'NEIS S2 - Trabajadores de la cadena de valor').

Por otro lado, proporcionamos formación a nuestro personal en temas específicos de contratación, incluyendo las directrices operativas y el Reglamento para la prevención de la corrupción en la gestión de proveedores y contratados. Este marco formativo refuerza la

aplicación de nuestros principios éticos y de control interno en los procesos de contratación y supervisión.

El principio de Responsabilidad Empresarial recogido en el artículo seis del Procedimiento Interno de Contratación establece que los procedimientos de negociación y contratación de bienes, obras y servicios en el Grupo EROSKI se realizan con actitud de reconocimiento de la sostenibilidad ambiental, económica y social. Este enfoque y las iniciativas mencionadas en este apartado nos permiten seleccionar proveedores alineados con nuestra estrategia, gestionar los impactos y reducir los riesgos asociados a nuestra cadena de suministro.

### **Acuerdos con pymes y convenios de colaboración**

La estrategia del Grupo EROSKI hacia los pequeños proveedores es estructural y creciente, y se articula sobre varios programas y acciones clave. Las evidencias más sólidas provienen del programa de acompañamiento a proveedores locales (véanse los apartados [3.2.2.2](#) y [3.2.2.4](#) del capítulo 'NEIS S2 - Trabajadores de la cadena de valor'), de la apuesta por el producto local y de la gestión comercial adaptada a pequeñas empresas.

El Grupo EROSKI otorga a los proveedores de producto local un acceso preferente al canal de comercialización. Facilita que los pequeños productores coloquen sus productos en nuestras tiendas, lo que impulsa su viabilidad económica, mejora su visibilidad frente a grandes fabricantes y permite mantener recetas tradicionales y variedades locales.

Además, adoptamos modelos comerciales flexibles para pequeñas empresas, micropymes y cooperativas. Esto incluye: volúmenes de pedidos adaptados al proveedor, gestión de una logística ajustada y condiciones comerciales más accesibles.

En el Grupo EROSKI apostamos por nuevas altas de referencias de producto local, ampliando el acceso de pymes a nuestra red de tiendas e impulsando su innovación. Apoyamos el tejido productivo rural y la fijación de población en el entorno. Favorecemos la continuidad de métodos tradicionales de producción, y ayudamos a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero debido a rutas de transporte más cortas.

Por otro lado, para reforzar el desarrollo empresarial de las pymes y la venta de producto local en cada región en la que operamos, nos apoyamos en clústeres agroalimentarios regionales y administraciones locales. Esto facilita que exista una formación especializada, proyectos de mejora compartidos y el desarrollo de la venta de productos de cercanía.

Nuestra Política de Pagos se describe en el apartado [4.1.2.2](#) de este capítulo.

### **Mecanismos de comunicación con proveedores**

Complementamos las medidas anteriores con canales orientados a garantizar una comunicación fluida, transparente y bidireccional con nuestra red de proveedores. Entre los principales mecanismos destacan:

- **Servicio de atención a proveedores y portal web específico:** herramienta operativa que centraliza consultas, comunicaciones y documentación, y facilita la relación diaria con nuestros proveedores, garantizando agilidad y trazabilidad en los intercambios.

- **Participación en espacios de diálogo sectorial:** lo que nos permite mantener una interacción continua con agentes de la cadena de valor, compartir buenas prácticas y anticipar tendencias regulatorias o de sostenibilidad (véase el apartado [3.2.2.2](#) del capítulo 'NEIS S2 - Trabajadores de la cadena de valor').

#### 4.1.2.4. Prevención y detección de la corrupción y el soborno (G1-3)

En el Grupo EROSKI contamos desde 2018 con Políticas Anticorrupción específicas, una para VEGALSA-EROSKI y otra para el resto de las sociedades del Grupo. Estas políticas se complementan con nuestros Canales Internos de Información, habilitados conforme a la Ley 2/2023, que permiten prevenir, detectar y abordar las posibles acusaciones o casos de corrupción o soborno. Tal como se detalla en el apartado [4.1.2.2](#) del capítulo 'NEIS G1 - Conducta empresarial', estos canales están disponibles para las personas legitimadas y constituyen un mecanismo esencial en nuestro sistema de cumplimiento.

La supervisión de estas materias recae en nuestros órganos especializados: el Comité de Cumplimiento Normativo en las sociedades del Grupo y el Comité de Cumplimiento en VEGALSA-EROSKI. Ambos son órganos internos, permanentes y con competencias amplias, autonomía presupuestaria e independencia de actuación. Sus miembros actúan con criterios de imparcialidad y deben abstenerse en caso de conflicto de intereses. Cuando surge una situación de conflicto en el Comité de Cumplimiento Normativo, se comunica a la Secretaría del Comité y la persona afectada queda apartada de todas las fases del expediente, sin acceso a la documentación deliberada. La Secretaría del Comité —o, si estuviera afectada, una persona de la Oficina de Cumplimiento— registra las sustituciones necesarias y valida la constitución del comité para el tratamiento del asunto.

El Comité de Cumplimiento de VEGALSA-EROSKI reporta sus actuaciones al Órgano de Administración a través de la Sección de Cumplimiento del Departamento Jurídico. En el resto del Grupo, es la Oficina de Cumplimiento quien reporta sus actuaciones al Comité de Cumplimiento Normativo, que a su vez reporta a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y, finalmente, al Consejo Rector.

En el ámbito de la prevención del blanqueo de capitales y la financiación de actividades terroristas, durante 2025 se han desarrollado las siguientes actuaciones:

- La unidad técnica de prevención del blanqueo de capitales y financiación del terrorismo quedó constituida y opera a pleno rendimiento, ofreciendo asesoramiento en consultas y operaciones que así lo requieren.
- Se aprobó la versión 3.0 del Manual de Blanqueo de Capitales.
- Se ha mantenido y gestionado el tráfico del Sistema de Información regulado por la Ley 2/2023.
- Se elaboró la memoria anual correspondiente.
- Se realizaron auditorías a franquiciados, reforzando la vigilancia y el seguimiento del cumplimiento normativo.

#### Formación en prevención de riesgos penales

Contamos con programas formativos que consideramos esenciales para la prevención de riesgos penales y la promoción de un comportamiento ético. Estas formaciones, en formato

online y presencial, se imparten con el objetivo de garantizar un cumplimiento íntegro por parte de todas las personas que forman parte del Grupo EROSKI, incluidas aquellas con funciones expuestas a riesgos de corrupción y soborno.

En 2025 hemos reforzado la formación en materia de *compliance* impartiendo nuevamente formación específica a los Órganos de Administración, Dirección y Supervisión. Esta formación, se imparte también a las personas de nueva incorporación. Además, hemos desarrollado una formación online dirigida a todas las personas trabajadoras de la sede social, plataformas y tiendas. El 100% de las personas que ejercen funciones en áreas con mayor riesgo de corrupción y soborno han tenido acceso a esta formación.

El contenido formativo incluye los principios éticos establecidos en nuestro Código de Conducta, los procedimientos para actuar ante una sospecha o incumplimiento y la explicación de los delitos previstos en los Planes de Prevención de Riesgos Penales, con ejemplos y medidas de prevención.

En VEGALSA-EROSKI la formación se imparte presencialmente o de forma telemática para el personal de sedes y también se integra en las formaciones de acogida. En tiendas y plataformas se ofrece formación específica y se refuerza la comunicación sobre el Canal Interno de Información mediante carteles con códigos QR.

Para asegurar la correcta comprensión de los contenidos, el personal suele completar un examen tipo test al finalizar la formación. Además, toda la información relevante sobre *compliance* permanece accesible en la intranet corporativa y en la web del Grupo.

### 4.1.3. Parámetros y metas

#### 4.1.3.1. Casos de corrupción o soborno (G1-4)

En el ejercicio 2025, al igual que en el ejercicio 2024, no se ha identificado ningún caso de corrupción en la plantilla, y tampoco se ha recibido comunicación alguna al respecto en la oficina de cumplimiento. El Grupo EROSKI no ha recibido multas por infracciones de las leyes de anticorrupción y soborno.

Tabla 104. Indicadores de anticorrupción y soborno

	2025	2024
N.º de condenas por infringir las leyes anticorrupción y antisoborno	0	0
N.º de multas por infringir las leyes anticorrupción y antisoborno	0	0

Como ya se ha indicado anteriormente, contamos con Canales Internos de Información a los que pueden dirigirse las personas trabajadoras y los grupos de interés para comunicar conductas que pudieran ser delictivas o contrarias al Código de Conducta u otras normas internas. Estos canales garantizan en todo momento los principios de confidencialidad, ausencia de represalias y anonimato conforme lo establece la Política del Sistema Interno de Información.

Asimismo, a lo largo del ejercicio 2025 tampoco se han detectado ni se ha tenido conocimiento de casos de corrupción o soborno en la cadena de valor del Grupo y en los que haya habido involucración directa del Grupo EROSKI o de sus trabajadores.

#### 4.1.3.2. Influencia política y actividades de los grupos de presión (G1-5)

Dentro de los órganos de administración, dirección y supervisión del Grupo EROSKI, el órgano responsable de supervisar las actividades de influencia política y de grupos de presión es la Dirección de Comunicación Corporativa y Relaciones Institucionales, liderada por la Secretaría General de la compañía. Esta a su vez depende de la Dirección General.

La Secretaría General y la Dirección General mantienen coordinaciones ordinarias semanales y con mayor profundidad de forma mensual en las que la primera reporta acerca de las actuaciones de su área, incluidas las actividades de los grupos de presión y las relacionadas con los impactos, riesgos y oportunidades. A su vez, la Dirección General reporta al Órgano de Administración en aquellos asuntos más relevantes acaecidos en su ámbito de actuación y el seguimiento de sus objetivos.

El Grupo EROSKI no realiza donaciones o contribuciones financieras ni en especie, directas o indirectas, a ningún partido político o candidato, ni a ninguna fundación que pueda ser considerada como aportaciones políticas, así se manifiesta expresamente en las Políticas Anticorrupción.

Tabla 105. Financiación política (euros)

	2025	2024
Financiación política proporcionada	0	0

El Grupo EROSKI fundamenta la mayoría de sus actividades de promoción, defensa de intereses y similares en asociaciones comerciales e industriales, tanto locales como nacionales, de las cuales es miembro. Esto le permite obtener una visión integral de las tendencias de la industria y del marco normativo, así como recibir orientación sobre temas relevantes para el sector, incluyendo sus impactos, riesgos y oportunidades. El listado completo se describe en el [Anexo III](#). En concreto, algunas de las organizaciones sectoriales que representan los intereses empresariales del Grupo en determinados aspectos son:

- AECOC: Asociación Española de Codificación Comercial.
- ANGED: Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución.
- HISPACOOOP: Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios.
- KONFEKOOP: Confederación de Cooperativas de Euskadi.
- Grupo Cooperativo MONDRAGON.
- ECOEMBES.

Dentro del marco del compromiso del Grupo EROSKI por mantener un diálogo activo con la sociedad y los diferentes grupos de interés, durante el ejercicio 2025, en el Grupo EROSKI hemos participado de forma directa e indirecta a través de las organizaciones sectoriales en las que estamos presentes. Los temas abordados en estas actividades son los siguientes:

- **Medioambiente y transición energética:**
  - Políticas medioambientales que impulsan la transición a modelos más sostenibles desde el punto de vista del uso y gestión de materiales a lo largo de la cadena de valor.
  - Políticas que impulsan la asunción de responsabilidades de los diferentes agentes de la cadena de valor en materia laboral, uso de recursos y sistemas de producción de los bienes comercializados.
  - Políticas que impulsan la prevención de las pérdidas y el desperdicio alimentario.
- **Derechos de las personas consumidoras:** políticas que impulsan la regulación de la información trasladada a los consumidores a través de diferentes canales.
- **Modelo empresarial:** creemos en el modelo cooperativo como modelo empresarial, basado en valores sociales y nos apoyamos en distintas asociaciones para darlo a conocer y extenderlo a la sociedad en general.
- **Conducta empresarial:** trabajamos en el impulso y vigilancia de las leyes y normas, en materia no solo medioambiental, sino laboral, fiscal, comercial, etc., así como la visión en conjunto de la cadena de valor y el impulso de las medidas que aporten eficiencia a esta.

En el Grupo EROSKI no estamos actualmente inscritos en ninguno de los registros de transparencia habilitados a nivel de la Unión Europea, nacional o autonómico. El Grupo EROSKI se relaciona con las instituciones europeas a través de diversas organizaciones a las que directamente pertenece y que, a su vez, están inscritas en el Registro de Transparencia de la Unión Europea como son:

- Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución ANGED.
- Grupo Cooperativo MONDRAGON.
- EUROCOOP (en representación de HISPACOOOP).

Ninguno de los miembros de los órganos de administración, dirección y supervisión del Grupo EROSKI han ocupado un puesto de cargo público en la administración u otros similares, en los dos años anteriores a su nombramiento en el periodo de referencia actual.

#### 4.1.3.3. Prácticas de pago (G1-6)

En este capítulo detallamos las prácticas que llevamos a cabo en el Grupo EROSKI para el pago de proveedores, excluyendo del análisis a los acreedores de inversión, así como las transacciones entre las empresas del Grupo.

La información presentada en el presente apartado está basada en el 100% de las facturas contabilizadas a lo largo del ejercicio 2025 en todas las sociedades que forman el Grupo EROSKI.

Se consideran todos los proveedores y acreedores, independientemente de su domicilio fiscal, es decir, tanto nacionales, como extranjeros, que han suministrado o prestado algún servicio durante el ejercicio objeto de análisis, a cualquiera de las sociedades que forman parte del consolidado del Grupo EROSKI.

El tiempo medio que se tarda en pagar una factura comienza a calcularse a partir de la fecha de entrega de la mercancía para el caso de los proveedores de producto para la venta y, para los proveedores de servicios, se calcula a partir de la fecha de la factura.

Tabla 106. Período medio de pago (días)

	2025	2024
N.º medio de días para pagar la factura a partir de la fecha en que comienza a calcularse el plazo de pago contractual o legal	45,84	45,10

Las condiciones de pago contractuales habituales se describen en el apartado [4.1.2.3](#) del presente capítulo y el porcentaje de pagos que se ajusta a dichos plazos se muestra a continuación.

Tabla 107. Facturas pagadas en plazo

	2025	2024
% de facturas pagadas en plazo sobre el total de facturas	81,71%	79,89%

Esta información se reporta en las 'Cuentas anuales consolidadas de Eroski, S. Coop. y sociedades dependientes correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de enero de 2026' en la Nota 20: Información sobre los Aplazamientos de Pago Efectuados a Proveedores Disposición Adicional Tercera "Deber de Información" de la Ley 15/2010, de 5 de julio.

En el ejercicio 2025 se dictó sentencia estimatoria respecto al recurso presentado por Caprabo, S.A.U. en relación con el caso reportado en el ejercicio 2024, anulando la sanción impuesta por la Generalitat de Catalunya.

Actualmente, a nivel de Grupo, no contamos con procedimientos judiciales abiertos relacionados a las prácticas de pagos.

Tabla 108. Procedimientos judiciales por demora en los pagos

	2025	2024
Número de procedimientos judiciales actualmente pendientes por demoras en los pagos	0	1

## Anexos

### Anexo I. Relación de indicadores de la Ley 11/2018 con la Directiva (UE) 2022/2464 de 14 de diciembre de 2022

Ámbito	Indicador	Marco CSRD	Página inicio apartado
<b>Ámbitos generales</b>			
<b>Modelo de negocio</b>	Breve descripción del modelo de negocio del grupo (entorno empresarial y organización)	SBM-1	38
	Presencia geográfica	SBM-1	38
	Objetivos y estrategias de la organización	SBM-1, MDR-P, MDR-T	38, 71, 73
	Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	SBM-2, SBM-3, IRO-1, IRO-2	50, 53, 62, 69
<b>Materialidad</b>	Análisis de materialidad	SBM-2, SBM-3, IRO-1, IRO-2	50, 53, 62, 69
<b>Enfoque de gestión</b>	Descripción de las políticas que aplica el grupo, procedimientos de diligencia debida aplicados y medidas que se han adoptado	SBM-1, MDR-P, MDR-A, MDR-T, GOV-4	38, 71, 72, 73, 32
	Resultados de las políticas, indicadores clave de seguimiento y evaluación de los progresos	MDR-A, MDR-T	72, 73
	Principales riesgos relacionados con las cuestiones vinculados a las actividades del grupo, su gestión, los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos	GOV-1, GOV-2, GOV-5, SBM-3, IRO-1	17, 30, 33, 53, 62
<b>Cuestiones medioambientales</b>			
<b>Gestión medioambiental</b>	Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad	IRO-1, SBM-3, EI-1, E3-1, E5-1	62, 53, 85, 118, 126
	Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	EI-2, E3-2, E5-2, GI-2	98, 120, 128, 239
	Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	SBM-3, EI SBM-3	53, 87
	Aplicación del principio de precaución	SBM-3, EI SBM-3	53, 87
	Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	SBM-3, EI SBM-3	53, 87
<b>Contaminación</b>	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente (incluye también ruido y contaminación lumínica)	EI-3	100

Ámbito	Indicador	Marco CSRD	Página inicio apartado
<b>Economía circular y prevención y gestión de residuos</b>	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	E5-5	143
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	E5-2, E5-5	128, 143
<b>Uso sostenible de los recursos</b>	Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	E3-4	124
	Consumo de materias primas	E5-4	140
	Consumo, directo e indirecto, de energía	E1-5	107
	Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	E1-3, E1-5	100, 107
<b>Cambio climático</b>	Uso de energías renovables	E1-5	107
	Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce	E1-6	109
	Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	E1-1, E1 SBM-3, E1-3	85, 87, 100
<b>Protección de la biodiversidad</b>	Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin	E1-1, E1-4	85, 106
	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	-	147
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	-	147
<b>Cuestiones sociales y relativas al personal</b>			
<b>Empleo</b>	Número total y distribución de empleados por sexo	S1-6	169
	Número total y distribución de empleados por edad	S1-6	171
	Número total y distribución de empleados por país	S1-6	170
	Número total y distribución de empleados por categoría profesional	S1-6	170
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo	S1-6	171
	Promedio anual de contratos indefinidos por sexo	S1-6	169
	Promedio anual de contratos indefinidos por edad	S1-6	171
	Promedio anual de contratos indefinidos por clasificación profesional	S1-6	171
	Promedio anual de contratos temporales por sexo	S1-6	169

Ámbito	Indicador	Marco CSRD	Página inicio apartado
	Promedio anual de contratos temporales por edad	SI-6	171
	Promedio anual de contratos temporales por clasificación profesional	SI-6	171
	Promedio anual de contratos a tiempo parcial por sexo	SI-6	169
	Promedio anual de contratos a tiempo parcial por edad	SI-6	171
	Promedio anual de contratos a tiempo parcial por clasificación profesional	SI-6	171
	Número de despidos por sexo	SI-6	172
	Número de despidos por edad	SI-6	172
	Número de despidos por categoría profesional	SI-6	172
	Brecha salarial	SI-16	180
	Remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo	SI-16	181
	Remuneraciones medias y su evolución desagregados por edad	SI-16	181
	Remuneraciones medias y su evolución desagregados por clasificación profesional o igual valor	SI-16	181
	Remuneración media de los consejeros (incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción) por sexo.	SI-16	180
	Remuneración media de los directivos (incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción) por sexo.	SI-16	181
	Implantación de políticas de desconexión laboral	SI-1	157
	Empleados con discapacidad	SI-12	174
<b>Organización del trabajo</b>	Organización del tiempo de trabajo	SI SBM-3, SI-1, SI-8, SI-15	150, 154, 172, 177
	Número de horas de absentismo	SI-14	177
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	SI-4, SI-15	162, 177
<b>Salud y seguridad</b>	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	SI-1, SI-14	156, 176
	Número de accidentes de trabajo por sexo	SI-14	177
	Tasa de frecuencia por sexo	SI-14	177
	Tasa de gravedad por sexo	SI-14	177

Ámbito	Indicador	Marco CSRD	Página inicio apartado
	Enfermedades profesionales por sexo	SI-14	177
<b>Relaciones sociales</b>	Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos	SI-2, SI-3, SI-8	158, 161, 172
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	SI-8	173
	Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	SI-8, SI-14	172, 176
	Mecanismos y procedimientos con los que cuenta la empresa para promover la implicación de los trabajadores en la gestión de la compañía, en términos de información, consulta y participación	SI-1, SI-2, SI-3	154, 158, 161
	Políticas implementadas en el campo de la formación	SI-1, SI-4, SI-13	154, 167, 175
<b>Formación</b>	Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	SI-13	176
	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	SI-1, SI-4, SI-12, S2-4, S4 SBM-3, -	154, 164, 174, 192, 199, 224
<b>Accesibilidad universal de las personas con discapacidad</b>	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	SI-3, SI-4, SI-15, SI-16	161, 164, 177, 179
<b>Igualdad</b>	Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres)	SI-1, SI-4, SI-17	156, 164, 182
	Medidas adoptadas para promover el empleo	SI-4	162
	Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	SI-1, SI-4	156, 164
	Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	SI-1, SI-4, SI-12, S2-4, S4 SBM-3, -	154, 164, 174, 192, 199, 224
	Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	SI-1, SI-2, SI-3, SI-4	156, 158, 161, 164
<b>Información sobre el respeto a los derechos humanos</b>			
<b>Información sobre el respeto de los derechos humanos</b>	Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	GOV-4, MDR-P, SI-1, SI-17, S2-1, S4-1	32, 71, 154, 182, 188, 202
	Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	NEIS 2 MDR-A, NEIS 2 MDR-T, SI-2, SI-3, SI-4, S2-2, S2-3, S2-4, S4-2, S4-3, S4-4	72, 73, 158, 161, 162, 189, 192, 194, 204, 209, 211
	Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	SI-17, S2-3, S4-4	182, 192, 211
	Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con	SI-8	172

Ámbito	Indicador	Marco CSRD	Página inicio apartado
	el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva		
	Eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación	S1-1, S2-1	154, 188
	Eliminación del trabajo forzoso u obligatorio	S1-1, S2-1, S4-1	154, 188, 202
	Abolición efectiva del trabajo infantil	S1-1, S2-1, S4-1	154, 188, 202
<b>Información relativa a la lucha contra la corrupción y soborno</b>			
<b>Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno</b>	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	G1-1, G1-3, G1-4	229, 241, 242
	Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	G1-1, G1-3, G1-4	229, 241, 242
	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	-	222
<b>Información sobre la sociedad</b>			
<b>Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible</b>	Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	-	149, 186, 239
	Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	-	94, 117, 126, 154, 188, 202, 222, 229
	Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	-	149, 158, 183, 189, 197, 204, 243
	Acciones de asociación o patrocinio	-	222, 254
<b>Subcontratación y proveedores</b>	Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	NEIS 2 SBM-1, NEIS 2 MDR-P, S2-1, S2-4, G1-2	38, 71, 188, 194, 239
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	NEIS 2 SBM-1, NEIS 2 MDR-P, S2-1, S2-4, S4-4	38, 71, 188, 194, 239
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	S4-4	213
<b>Consumidores</b>	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	S4-1, S4-2, S4-3, S4-4	202, 204, 209, 213
	Sistemas de reclamación	S4-3	209
	Quejas recibidas y resolución de las mismas	S4-3	210
<b>Información fiscal</b>	Beneficios obtenidos país por país	NEIS 2 SBM-1	39
	Impuestos sobre beneficios pagados	NEIS 2 SBM-1	39
	Subvenciones públicas recibidas	NEIS 2 SBM-1	39

## Anexo II. Puntos derivados de otra legislación de la UE

Requisito de divulgación y punto de datos conexo	Reg. de divulgación Inf. sobre Sost.	Pilar 3	Reglamento sobre los índices de referencia	Legislación Europea sobre el Clima	N.º de página
NEIS 2 GOV-1 Diversidad de género del consejo de administración apartado 21, letra d)	X		X		17
NEIS 2 GOV-1 Porcentaje de miembros del consejo que son independientes, párrafo 21 e)			X		17
NEIS 2 GOV-4 Declaración de diligencia debida apartado 30	X				32
NEIS 2 SBM-1 Participación en actividades relativas a combustibles fósiles apartado 40, letra d), inciso i)	X	X	X		38
NEIS 2 SBM-1 Participación en actividades relacionadas con la producción de sustancias químicas apartado 40, letra d), inciso ii)	X		X		38
NEIS 2 SBM-1 Participación en actividades relacionadas con armas controvertidas apartado 40, letra d), inciso iii)	X		X		38
NEIS 2 SBM-1 Participación en actividades relacionadas con el cultivo y la producción de tabaco apartado 40, letra d), inciso iv)			X		38
NEIS EI-1 Plan de transición para alcanzar la neutralidad climática para 2050 apartado 14				X	85
NEIS EI-1 Empresas excluidas de los índices de referencia armonizados con el Acuerdo de París apartado 16, letra g)		X	X		85
NEIS EI-4 Metas de reducción de las emisiones de GEI apartado 34	X	X	X		106
NEIS EI-5 Consumo de energía a partir de fósiles no renovables, desagregado por fuentes (solo sectores con alto impacto climático) apartado 38	X				107
NEIS EI-5 Consumo y combinación energéticos apartado 37	X				107
NEIS EI-5 Intensidad energética relacionada con actividades en sectores con alto impacto climático apartados 40 a 43	X				107
NEIS EI-6 Emisiones de GEI brutas de alcance 1, 2 y 3 y emisiones de GEI totales apartado 44	X	X	X		109
NEIS EI-6 Intensidad de emisiones brutas de GEI apartados 53 a 55	X	X	X		109
NEIS EI-7 Absorciones de GEI y créditos de carbono apartado 56				X	115
NEIS EI-9 Exposición de la cartera de índices de referencia a riesgos físicos relacionados con el clima apartado 66			X		No se divulga
NEIS EI-9 Desagregación de los importes monetarios por riesgos físicos agudos y crónicos apartado 66, letra c)		X			No se divulga
NEIS EI-9 Ubicación de los activos importantes expuestos a riesgos físicos significativos apartado 67, letra c).					No se divulga
NEIS EI-9 Desglose del valor contable de sus activos inmobiliarios por eficiencia energética apartado 67, letra c).		X			No se divulga

Requisito de divulgación y punto de datos conexo	Reg. de divulgación Inf. sobre Sost.	Pilar 3	Reglamento sobre los índices de referencia	Legislación Europea sobre el Clima	N.º de página
NEIS E1-9 Grado de exposición de la cartera a oportunidades relacionadas con el clima apartado 69			X		No se divulga
NEIS E2-4 Cantidad de cada contaminante enumerado en el anexo II del Reglamento PRTR europeo (Registro europeo de emisiones y transferencias de contaminantes) emitido al aire, al agua y al suelo, apartado 28	X				No material
NEIS E3-1 Recursos hídricos y marinos apartado 9	X				118
NEIS E3-1 Políticas específicas apartado 13	X				118
NEIS E3-1 Gestión sostenible de los océanos y mares apartado 14	X				118
NEIS E3-4 Total de agua reciclada y reutilizada, apartado 28, letra c)	X				124
NEIS E3-4 Consumo total de agua en m <sup>3</sup> por ingresos netos de las operaciones propias apartado 29	X				124
NEIS 2 - IRO 1 - E4 apartado 16, letra a), inciso i)	X				No material
NEIS 2 - IRO 1 - E4 apartado 16, letra b)	X				No material
NEIS 2 - IRO 1 - E4 apartado 16, letra c)	X				No material
NEIS E4-2 Prácticas o políticas agrarias o de uso de la tierra sostenibles apartado 24, letra b)	X				No material
NEIS E4-2 Prácticas o políticas marinas u oceánicas sostenibles apartado 24, letra c)	X				No material
NEIS E4-2 Políticas para hacer frente a la deforestación apartado 24, letra d)	X				No material
NEIS E5-5 Residuos no reciclados apartado 37, letra d)	X				143
NEIS E5-5 Residuos peligrosos y residuos radioactivos apartado 39	X				143
NEIS 2 - SBM3 - S1 Riesgo de casos de trabajo forzoso apartado 14, letra f)	X				150
NEIS 2 - SBM3 - S1 Riesgo de casos de trabajo infantil apartado 14, letra g)	X				150
NEIS S1-1 Compromisos políticos en materia de derechos humanos apartado 20	X				154
NEIS S1-1 Políticas de diligencia debida respecto de las cuestiones a que se refieren los convenios fundamentales 1 a 8 de la Organización Internacional del Trabajo apartado 21			X		154
NEIS S1-1 Procesos y medidas de prevención de trata de seres humanos apartado 22	X				154
NEIS S1-1 Políticas de prevención o sistema de gestión de accidentes en el lugar de trabajo apartado	X				154
NEIS S1-3 Mecanismos de gestión de reclamaciones o quejas apartado 32, letra c)	X				161
NEIS S1-14 Número de víctimas mortales y número y tasa de accidentes laborales apartado 88, letras b) y c)	X		X		176
NEIS S1-14 Número de días perdidos por lesiones, accidentes, muertes o enfermedad apartado 88, letra e)	X				176

Requisito de divulgación y punto de datos conexo	Reg. de divulgación Inf. sobre Sost.	Pilar 3	Reglamento sobre los índices de referencia	Legislación Europea sobre el Clima	N.º de página
NEIS SI-16 Brecha salarial entre hombres y mujeres, sin ajustar apartado 97, letra a)	X		X		179
NEIS SI-16 Brecha salarial excesiva entre el director ejecutivo y los trabajadores apartado 97, letra b)	X				179
NEIS SI-17 Casos de discriminación apartado 103, letra a)	X				182
NEIS SI-17. Incumplimiento de los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las empresas y los derechos humanos y las Líneas Directrices de la OCDE apartado 104, letra a)	X		X		182
NEIS 2 - SBM3 - S2 Riesgo importante de trabajo infantil o trabajo forzoso en la cadena de valor apartado II, letra b)	X				184
NEIS S2-1 Compromisos políticos en materia de derechos humanos apartado 17	X				188
NEIS S2-1 Políticas relacionadas con los trabajadores de la cadena de calor apartado 18	X				188
NEIS SI-1. Incumplimiento de los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las empresas y los derechos humanos y las Líneas Directrices de la OCDE apartado 19	X		X		154
NEIS S2-1 Políticas de diligencia debida respecto de las cuestiones a que se refieren los convenios fundamentales 1 a 8 de la OIT apartado 19			X		188
NEIS S2-4 Problemas e incidentes de derechos humanos relacionados con las fases anteriores y posteriores de su cadena de valor apartado 36	X				194
NEIS S3-1 Compromisos políticos en materia de derechos humanos apartado 16	X				No material
NEIS S3-1 Incumplimiento de los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las empresas y los derechos humanos, los principios de la IOT y las Líneas Directrices de la OCDE apartado 17	X		X		No material
NEIS S3-4 Problemas e incidentes de derechos humanos apartado 36	X				No material
NEIS S4-1 Políticas relacionadas con los consumidores y los usuarios finales apartado 16	X				202
NEIS S4-1 Incumplimiento de los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las empresas y los derechos humanos y las Líneas Directrices de la OCDE apartado 17	X		X		202
NEIS S4-4 Problemas e incidentes de derechos humanos apartado 35	X				211
NEIS GI-1 Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción apartado 10, letra b)	X				229
NEIS GI-1 Protección de los denunciantes apartado 10, letra d)	X				229
NEIS GI-4 Multas por infringir las leyes de lucha contra la corrupción y el soborno, apartado 24, letra a)	X		X		242
NEIS GI-4 Normas de lucha contra la corrupción y el soborno apartado 24, letra b)	X				242

## Anexo III. Acciones de asociación o patrocinio

Creemos que es mejor avanzar en compañía que en solitario. De hecho, compartir objetivos y metas con actores clave del sector, de las administraciones públicas o de la sociedad hace que podamos generar valor compartido a nuestros grupos de interés. Con este fin, colaboramos con diferentes asociaciones.

### Como cooperativa y asociación de consumidores:

- Grupo Cooperativo MONDRAGON.
- Confederación de Cooperativas de Euskadi (KONFEKOOP). Como miembros de KOONFEKOOP además pertenecemos a:
  - Elkar-lan, S. Coop. – Sociedad para la promoción de cooperativas.
  - Consejo Superior de Cooperativas de Euskadi (CSCE-EKGK).
- Instituto Vasco de Consumo (Kontsumobide).
- Work Lan (Asociación sin ánimo de lucro para el fomento de empresas de la economía social).
- Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOOOP). Como miembros de HISPACOOOP además pertenecemos a:
  - Confederación Empresarial Española de Economía Social (CEPES), donde también estamos representados como parte del Grupo MONDRAGON.
  - Consejo Económico y Social de España (CES).
  - Consejo de Consumidores y Usuarios.
  - Consejo Consultivo de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN).
  - European Community of Consumer Cooperatives (Euro Coop).

### En el ámbito empresarial:

- 5 al día.
- AgeCore.
- Agrupación Balear del Comercio (ABACO).
- Amics del País.
- Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados (ACES).
- Asociación de Comercios de Alimentación de las Islas Baleares (ACAIB).
- Asociación de Directivos de Comunicación (Dircom).
- Asociación de Empresarias y Directivas de Bizkaia (AED).
- Asociación de Empresarios AGRELA.
- Asociación de Empresarios del Polígono de Sabón – Arteixo.
- Asociación de Empresarios Polígono del Tambre.
- Asociación de Empresas Vascas por la Sostenibilidad (IZAITE).
- Asociación de Investigación de Industrias Cárnicas de Asturias (ASINCAR).
- Asociación de Mujeres Empresarias y Directivas de Navarra (AMEDNA).
- Asociación de Mujeres Profesionales Empresarias y Directivas de Gipuzkoa (ASPEGI).
- Asociación de Supermercados de Asturias.
- Asociación Empresarial de Comerciantes de Menorca (ASCOMÉ).
- Asociación Empresarial de l'Hospitalet y Baix Llobregat (AEBALL).

- Asociación Empresarios Almacenistas de Alimentación de Lugo.
- Asociación Española de Cadenas de Optica y de Opticas en Centros Comerciales y/o Grandes Superficies.
- Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC).
- Asociación Española de Directivos de Sostenibilidad (DIRSE).
- Asociación Española de Grandes Empresas de Distribución (ANGED).
- Asociación Española de Retail (AER).
- Asociación para el Progreso de la Dirección (APD).
- Asociación Polígono de o Ceao (Lugo).
- Associacio Poligon Pla de Molins.
- Basque Ecodesign Center (BEC).
- Bermeo Tuna World Capital.
- Cámara de Comercio de Álava.
- Cámara de Comercio de Bilbao.
- Cámara de Comercio de Mallorca.
- Cámara de Comercio de Navarra.
- Centro de Investigación LEARTIKER.
- Centro Tecnológico AINIA.
- Círculo de Economía.
- Círculo de Empresarios Vascos.
- Club Financiero de Vigo (Círculo de Empresarios de Galicia).
- Club Nordés (A Coruña).
- Clúster Agroalimentario de Navarra.
- Clúster Agroalimentario del País Vasco.
- Clúster Alimentario de Galicia.
- Clúster da Función Loxística de Galicia.
- Comisión de Comercio de la Cámara de España (en representación de Grupo MONDRAGON).
- Comité Regional de Agricultura Familiar de Euskadi.
- Confederación Balear de Comercio (CBC).
- Confederación de Asociaciones de Empresarios de Baleares (CAEB).
- Confederación de Empresarios de Ferrolterra, Eume y Ortegal.
- Confederación de Empresarios de Navarra (CEN).
- Confederación de Empresarios de Orense (CEO).
- Confederación Empresarios Coruña (CEC).
- Confederación Empresarios Galicia (CEG).
- Consejo Asesor Agropecuario de Mapfre España.
- Consejo Asesor Iberia Food San Telmo Business School.
- Consejo Asesor de SODENA.
- ECOEMBES.
- Empresas de Economía Social de Navarra (ANEL).
- Federació de la Petita i Mitjana Empresa d'Eivissa i Formentera (PIMEEF).
- Federación de Empresarios de La Rioja, Mesa de Comercio (FER).
- Federación Patronal De Empresarios De Comercio De Baleares (AFEDECO).
- Foment del Treball.
- Fundación AZTI.

- Fundación Basque Culinary Center.
- Fundación Impulsa Balears.
- l'MWOMEN Ingenias.
- Innobasque.
- Institut de la Llet.
- LEAD.
- Más Cuota Canal CEO.
- Red Española del Pacto Mundial.
- Retail Forum for Sustainability.
- Sport Cultura Barcelona.
- Sociedad Española de Seguridad Alimentaria (SESAL).

