



2021 Estado de Información Non Financeira 2021

- Carta do Presidente (páx. 4)
- Carta do Consello Reitor (páx.6)
- Datos destacados de 2021 (páx. 8)

1	2	3	4
EROSKI páx. 10	Modelo de negocio comprometido "contigo" páx. 30	Compromiso cos profesionais páx. 56	Compromiso coa calidade e a saúde páx. 84

5	6	7	8
Compromiso coa sostibilidade ambiental páx. 96	Compromiso coa contorna local páx. 128	Compromiso coa sociedade páx. 134	Compromiso coa transparencia páx. 142

- Anexo (páx.172)

Carta do Presidente

102-14



Empeza unha nova etapa, para reforzar e avanzar no proxecto EROSKI

2021 foi, como 2020, un ano no que os plans non foron unha guía de actuación útil. E todo leva a pensar que 2022 manterá este perfil. A pericia dos xestores e profesionais debeu dar resposta á sucesión de cambios, en moitos casos inversos aos que se produciron doce meses antes e debo dicir que o resultado obtido por EROSKI foi moi positivo tanto nos logros propios como na chegada á sociedade.

Efectivamente, EROSKI chegou ao final dunha época e está a iniciar outra. A situación económica consolidouse de forma continua e o exercicio do 2021 mostra un dos mellores resultados brutos da última década. Pola súa banda, a situación financeira tamén evolucionou favorablemente e o balance ao peche do exercicio reflícte unha débeda bancaria inferior aos 1.000 millóns de euros. Emprendemos unha nova etapa coa mirada renovada e con máis posibilidades de actuación. Unha etapa na que nos propoñemos reforzar as bases da nosa actividade e avanzar con firmeza no seu desenvolvemento.

2021: cara á normalidade pospandemia

Para o negocio alimentario o 2021 camiñou cara a unha normalidade que hoxe se desexa e ambiciona socialmente. Aínda baixo os efectos da pandemia, melloramos as nosas vendas en algo máis dun punto so-

bre 2019. Este curso, as empresas de distribución polo miúdo de alimentación devolvemos a outros sectores parte da cota que tomáramos prestada en 2020 e, por tanto, constatamos unha redución do mercado. Aínda así, consolidamos algunhas prácticas e tendencias que viñamos observando, como o aumento da canle online ou a aposta polo produto local.

Pero cun incerto futuro próximo

A traxedia do inicio dunha guerra en Ucraína, en Europa, afectará directamente a millóns de persoas e debémos estar atentos a prestar a atención e apoio social necesarios. Ademais, as tendencias inflacionistas, que xa existían con anterioridade ao conflito bélico, agudízanse e afectarán a todos os integrantes da cadea de valor alimentaria e, en última instancia, á poboación en xeral. Debemos tratar de amortecer os efectos da inflación sobre o consumidor a través da mellora da eficiencia nos nosos procesos internos. Pero igualmente temos unha responsabilidade para cos elos anteriores, as empresas e explotacións, que están tamén sometidos a estas presións inflacionistas e que deben poder trasladalas aos prezos de venda para poder soste-la súa actividade. O novo equilibrio que alcancemos na cadea de valor, deberá responder a todas as necesidades en xogo, entre elas as dunha cidadanía que verá ameazada a súa capacidade adquisitiva e reaccionará ante quen non o faga ben.

A expansión adquire ritmo

O ritmo de expansión con novas tendas comeza a ser máis activo: abrimos ou ampliamos quince tendas propias mentres que as renovacións ascenderon a 141 tendas. Todas elas na zona norte de España, aquela que definimos como zona prioritaria de actuación e que abarca unha ancha franxa que vai desde Galicia, ata as Illas Baleares. E todas elas aplicando elevados estándares de sustentabilidade.

Ademais, hai que sumar as 65 novas franquías entre as que o formato de ultraproximidade, RAPID, experimentou un importante crecemento.

A incorporación de EP Corporate Group como socio en Supratuc permítenos reforzar o futuro do proxecto en Baleares e Cataluña e, en próximos meses, isto terá reflexo na actuación comercial.

Cara a unha alimentación máis saudable e sustentable.

A saúde, o medio ambiente e o compromiso social, son tres eixes sen os que sería moi difícil entender a forma de facer empresa que temos en EROSKI.

Desde que no 2018 marcamos a nosa folia de ruta cara a unha contorna máis saudable e sustentable a través dos nosos 10 Compromisos. Estes últimos doce meses constatamos que os hábitos de compra dos nosos clientes melloraron desde a introdución da etiqueta nutricional Nutri-Score. A mellora nutricional dos nosos produtos é esencial para propiciar hábitos máis saudables. Por iso liberamos de graxa de palma a todos os nosos produtos de marca propia no que foi un excelente exemplo de colaboración cos nosos provedores de alimentación.

Como saben, a protección da saúde foi o asunto estrela nos últimos 2 anos, pero esta realidade non ocultou outros retos sociais que agora se recuperan con forza. Por exemplo, a descarbonización, a favor da cal se comprometeu EROSKI coa confirmación de que será neutra en emisións de carbono no 2050.

O debate e a construción social ás que EROSKI se une contribuíndo de forma explícita á consecución dos Obxectivos de Desenvolvemento Sustentable en virtude da nosa pertenza ao Pacto Mundial, son propósito común cos nosos socios e socias cliente. Só así se entende a resposta que nos ofreceron na elaboración do

nosso Plan Solidariedade 2022. Más de 12.400 clientes axudáronnos a escoller as causas sociais nas que sere-mos activos este ano. Grazas ás achegas dos clientes e ás de EROSKI destinamos máis de 13 millóns de euros a distintas causas sociais para combater a desigualdade, axudar a quen máis o necesita e evitar o malgasto alimentario.

O enorme compromiso das persoas de EROSKI

Os traballadores de EROSKI vivimos un tempo difícil e esixente. As persoas de EROSKI respondemos ante a sociedade con calidade e con calidez. O agradecemento dos clientes foi rotundo e sentímonos orgullosos por formar parte deste magnífico equipo.

O noso proxecto cooperativo fortaleceuse estes anos, incorporamos novos socios que serán 2.000 no próximos cinco anos. Encarnarán o mesmo espírito ao servizo das necesidades da cidadanía.

Nova época. Novos liderados

Iniciamos unha nova etapa con novos liderados. Rosa Carabel, Directora Xeral de EROSKI, é a quen corresponderá a responsabilidade de liderar a nova etapa co propósito de reforzar os fundamentos e avanzar nos propósitos do proxecto. Non me cabe dúbida de que, baixo a súa dirección, a alma da organización seguirá traballando ao servizo da misión e a estratexia deste proxecto empresarial cooperativo que busca mellorar a saúde dos consumidores e a sustentabilidade dos nosos actos e os de toda a cadea de valor.

Agustín Markaide
Presidente Grupo EROSKI

Carta do Consello Reitor de EROSKI

102-14



Chegamos. Unha frase que encerra moitos significados nestes incertos tempos. É unha incertidume que non afunde as súas raíces en elementos internos, senón que obedece a causas externas: unha pandemia, a inflación, unha guerra en Europa... É unha incertidume que nos obriga a repensar as nosas prioridades. A inquietude e o sufrimento da sociedade non nos resultan alleas ás empresas. Debemos ser parte activa da solución.

A Corporación Mondragon utiliza un lema, que facemos propio tamén as súas cooperativas: Humanity at work. Nunca houbo mellor aplicación posible que estes dous últimos anos. As persoas que facemos EROSKI demos o mellor para acompañar a sociedade neste período. Con tensión, pero con alma. Chegamos. Ou estamos a chegar, porque seguiremos atentos á derivada que tome a guerra en Ucraína e actuaremos para amortecer os seus efectos no plano humano.

Chegamos a miles de persoas necesitadas

Este 2021 chegamos a moitas máis persoas a través de miles de pequenas achegas. É case máxico alcanzar tal nivel de capilaridade social: EROSKI e os seus clientes apoiamos a máis de 368.000 persoas a través de 260 entidades sociais. Esa maxia chámase céntimos solidarios e construímosla entre todos e todas. Non só iso: 12.400 clientes escolleron as causas sociais ás que destinaremos os nosos recursos grazas ao traballo de escolta activa que desenvolvemos con todos eles no último trimestre do 2021.

Pero, ademais, contribuímos a través de programas como o de Desperdicio Cero, para mitigar o malgasto alimentario e colaboramos con centenas de organizacións como os Bancos de Alimentos na construción dunha sociedade máis xusta e sustentable.

Chegamos a un consumidor mellor informado

O consumidor é a nosa razón de ser como cooperativa de consumo. Estamos convencidos de que un consumidor mellor formado e informado tomará mellores decisións que afectarán de forma positiva a súa saúde. Tiñamos isto en mente cando en 2019 fomos a primeira empresa na distribución española en introducir a etiqüeta frontal Nutri-Score, que se engadía ao Semáforo Nutricional xa incorporado con anterioridade. Os datos da análise publicada na revista Consumer do mes de xullo mostran claramente que as opcións máis saudables (A e B) gañan protagonismo naquelas categorías con maior variedade de elección entre letras. É dicir, ao consumidor inflúelle de forma positiva a información que lle achegamos. Tamén aquí chegamos.

A escoita activa aos consumidores é fundamental para non errar. Persoas que escoitan a persoas. A nosa cooperativa baséase na idea de ofrecer solucións ás necesidades do consumidor, sexa cal for a etapa vital na que se ache. As persoas que comparamos EROSKI somos o instrumento clave para impulsar cambios sociais que deberán empezar por acompañar a sociedade na transición cara a unha alimentación máis saudable e

sustentable. Non podemos permitir que as taxas de obesidade infantil sexan tan elevadas e que lastren a xeracións de nenos e nenas. Aquí, a sociedade en xeral ten que correr para chegar. Pero chegaremos.

Grazas a un esforzo compartido

O ano 2021, ademais, foi para EROSKI o do inicio dunha nova etapa. Un nacemento impensable sen a implicación de todos e todas as socias e socios e, sobre todo, sen o seu sacrificio, traballo e dedicación. As decisións que tomamos permitíronnos, hoxe, transformar o Grupo. Grazas a eles e elas chegamos.

E agora tócanos avanzar para fortalecer esta nova etapa.

Sabemos, que a forza do cooperativismo fundaméntase na solidariedade de moitos, pero nítrese do esforzo, o

tesón e o coñecemento dos individuos. Excelentes individualidades, que suman, e iso fai que a forza se multiplique. Experimentámolo. A diferenza nun proxecto como EROSKI, non só se basea en ter un bo líder, senón en que sexa un bo líder cooperativo, e iso tamén o compartimos. Grazas, Agustin Markaide, por compartir unha maneira de facer empresa, unha empresa de distribución, pero cunha permanente adecuación do propósito. Iniciamos a nova etapa coa mirada renovada, con Rosa Carabel, mantendo a misión deste proxecto cooperativo. Seguiremos avanzando na saúde dos consumidores e na sustentabilidade da nosa contorna, no noso proxecto EROSKI, contigo.


Leire Mugerza

Presidenta do Consello Reitor de Eroski



Datos destacados 2021. Avanzamos “contigo”


 **5.116**
millóns de euros de facturación

 **17**
millóns de comidas doadas co programa Desperdicio Cero


 **28.353**
traballadores do Grupo EROSKI

 **2.700**
produtos sen glute nas nosas tendas

 **4.541**
millóns de euros de vendas netas en distribución

 **43.918**
toneladas de residuos recicladas ou valorizadas seguindo os principios da economía circular

 **3.627**
empregos estimados en franquías

 **Premios**
Comercio do Ano
Atención ao cliente
Premio á sustentabilidade da franquía (CAPRABO)


 **1.646**
establecementos

 **9.803**
provedores

 **74%**
postos de responsabilidade ocupados por mulleres

 **22.906**
análises de produtos e auditorías a tendas, plataformas e plantas de produción de provedores

 **77**
novas aperturas


 **2.152**
pequenos produtores locais

 **550.093**
consultas atendidas polo noso SAC

 **126.839**
escolares formados PEAHS

 **+6**
millóns de Socios Cliente

 **1.797**
referencias de produtos locais

 **152.000**
socios cliente que participaron coas súas ideas para a mellora da nosa oferta comercial e as nosas tendas

 **100%**
de referencias con Nutri-Score



1 EROSKI

Ahorrando el 4%
Ahorrando el 1%
Etia Sustapen gehiago!
(Y Más promociones!)

Ereuz atzeko zertifikatua
Servicio a domicilio
Contactless ordaintzea
Pago contactless
EROSKI Club Mestrescard
Acreditatzen
Bepela de salatu
EROSKI Club Mestrescard
Online erosketak
de salatu
Compra online
de salatu



19

mercado



Somos EROSKI

102-1; 102-2; 102-5; 102-7

EROSKI conta con máis de 50 anos de historia, tras a unión de sete pequenas cooperativas de consumo cun obxectivo común: dispoñer de produtos de calidade a bo prezo e defender os dereitos das persoas consumidoras.

Crecemos firmes nese propósito ata converternos no primeiro grupo de distribución comerciante polo miúdo de bens e servizos de gran consumo de carácter cooperativo en España. Somos un operador de referencia en Galicia, País Vasco, Navarra, Cataluña e Baleares. Actualmente contamos cunha rede comercial de máis de 1.600 establecementos, máis de 6 millóns de Socios Clientes e máis de 28.000 traballadores.

O noso obxectivo social e as nosas características de negocio fan que primemos a calidade e o mellor servizo aos nosos clientes no noso modelo de empresa. Traballamos na potenciación do produto local, a promoción da alimentación saudable a bo prezo e no noso compromiso coa responsabilidade social e o desenvolvemento sustentable das comunidades onde estamos presentes.

Co obxectivo de seguir avanzando con este propósito, en 2021 iniciamos unha nova etapa co noso Plan Estratégico 2021-2024, que prevé a incorporación de ao redor de 2.000 novas persoas socias á cooperativa e a apertura de 300 novas tendas. Crecemos para continuar ao dispor dos nosos socias e socios e, en xeral, de toda a sociedade, co obxectivo de responder as súas necesidades sempre en evolución e de facilitar a adaptación a unha nova contorna máis volátil.

O carácter cooperativo da nosa sociedade matriz EROSKI S. Coop. supón un enfoque de actividade desde unha tripla vertente:

- Empresa de distribución
- Organización de consumidores
- Proxecto cooperativo

A cooperativa estrutúrase en dúas comunidades societarias de persoas. Por unha banda, están as Socias e Socios de Consumo e, por outra banda, as Socias e Socios de Traballo. Ambas as comunidades cooperan para contribuir á consecución das nosas metas e obxecto social coa participación conxunta no goberno e a xestión da organización a través dos órganos sociais correspondentes.

199
millóns de pasos por Caixa

5.116
millóns de euros de facturación

4.541
millóns de euros de vendas netas de distribución

Socias e Socios de Consumo
1.329.562
persoas consumidoras que deciden implicarse na cooperativa

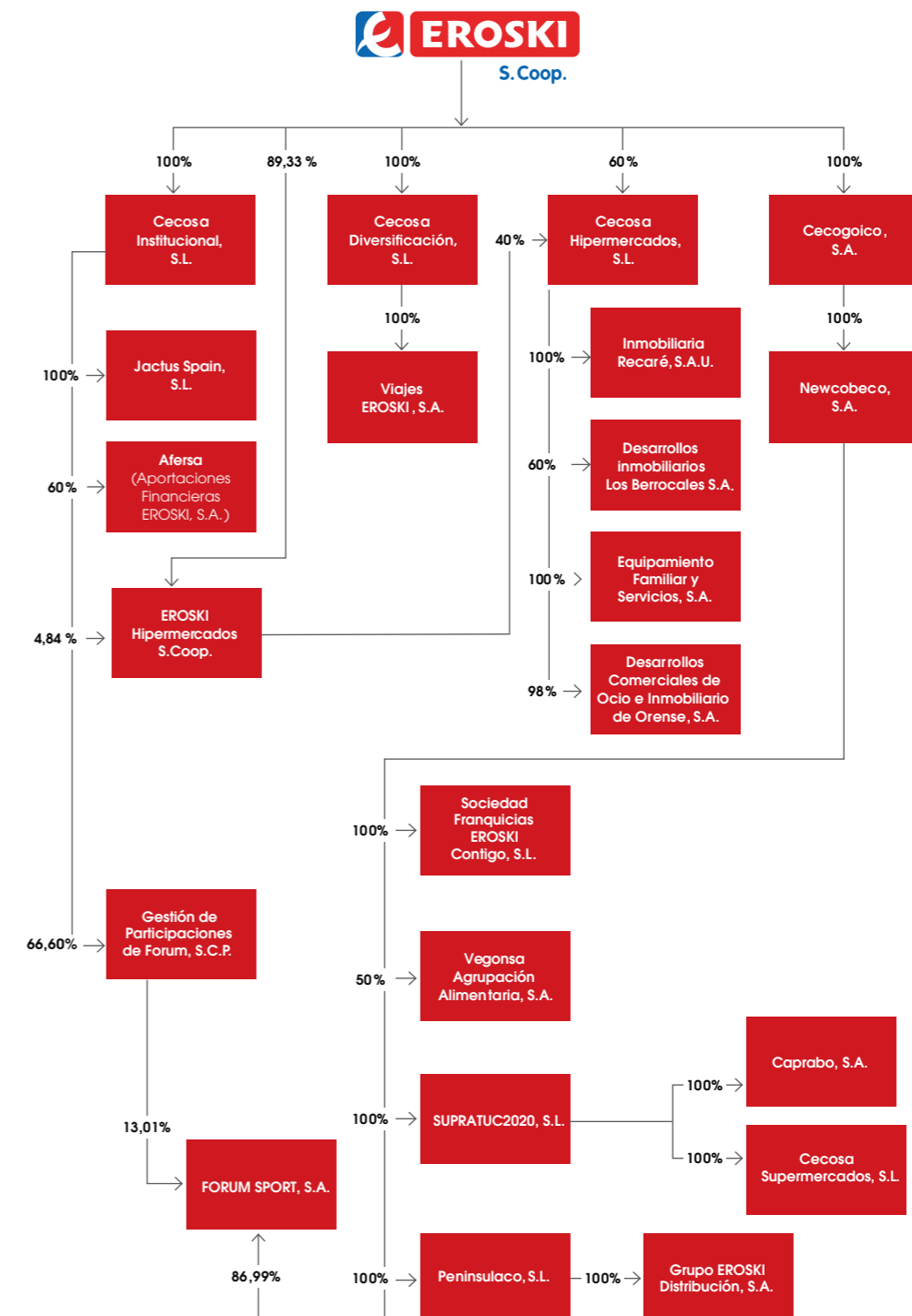
18.586
novas respecto a 2020

Socias e Socios de Traballo
9.058
persoas que aportan capital e traballo como compromiso coa organización

629
novas respecto a 2020

O noso modelo de goberno e toma de decisións supón que a xestión da rede comercial realízase a través da cooperativa e das 22 sociedades dependentes dela que conforman o Grupo EROSKI e que son as que consolidan nos estados financeiros. En 2021 finalizamos o proceso de procura dun socio para o noso negocio en Cataluña e Baleares. O acordo alcanzado co holding investidor EP Corporate Group, que se incorpora como socio paritario na sociedade SUPRATUC 2020 S.L. a través da sociedade EP Bidco, permitiunos dar por cumprido o compromiso de amortización de débeda fixado para este exercicio. O acordo arrinca cun plan de xestión e desenvolvemento, acordado por ambas as partes, que permitirá a consolidación do Grupo EROSKI nos mercados de Cataluña e Baleares, o reforzo da posición comercial e a mellora da súa rendibilidade.

Organigrama das 22 sociedades do Grupo EROSKI e porcentaxe de participación de EROSKI S. Coop. nas mesmas ao peche do exercicio 2021



Cultura EROSKI

102-16

A cultura EROSKI guía as nosas actuacións baseadas sempre na responsabilidade e a honestidade para dar resposta ás expectativas de todas as partes interesadas.

Misión

Somos un grupo de distribución de produtos e servizos de gran consumo, configurado en réxime cooperativo, e queremos ser distinguidos por:

- Integrar ao cliente, escoitalle e satisfacerlle de forma impecable.
- O elevado compromiso e implicación das persoas que o compoñen.
- Presentar unhas tendas acolledoras, saudables e en permanente innovación.
- Obter os beneficios que nos permitan xerar máis riqueza e realizar unha distribución dela en réxime de solidariedade.
- Integrar na estratexia un firme compromiso coa saúde e o benestar dos consumidores e co desenvolvemento sustentable da sociedade.

Visión

Ser a tenda preferida polos consumidores para comprar.

Valores

- **Cooperación:** propietarios e protagonistas.
- **Participación:** compromiso na xestión.
- **Innovación:** renovación permanente.
- **Responsabilidade social e ambiental:** distribución solidaria da riqueza e implicación na contorna.
- **Compromiso:** comprometidos co Socio Cliente e o consumidor

Unha cultura de compromiso ante os novos retos

102-12

A nosa cultura lévanos a avanzar no noso firme compromiso de acompañar a sociedade para responder aos grandes retos que afrontamos como comunidade. Continuamos avanzando nos nosos 10 Compromisos pola Saúde e a Sustentabilidade e traballamos para adaptarnos aos novos requirimentos da contorna.

Neste sentido, 2021 continuou marcado polas consecuencias da crise sanitaria e socioeconómica que seguiu á

aparición da pandemia da COVID-19. Este novo contexto impulsa tendencias que estaban a adquirir peso de forma paulatina, como, por exemplo, a dixitalización de servizos e a preocupación pola saúde que á súa vez derivou nun consumo de máis produto fresco e local. Estas tendencias poñen de manifesto a necesidade de seguir abordando o desenvolvemento sustentable desde o compromiso e un enfoque proactivo.

Contribución e compromiso co desenvolvemento sostible

En EROSKI, desde o noso nacemento hai máis de 50 anos, mantivemos o noso compromiso cunha alimentación de calidade, aumentando constantemente as nosas esixencias para ofrecer un produto máis sostible e adaptarnos ás necesidades dos nosos clientes e consumidores nas distintas etapas da súa vida.

Nun contexto no que os impactos da nosa actividade alcanzan unha dimensión non só local senón tamén global, aliñamos os nosos compromisos como compañía cos obxectivos e iniciativas internacionais que promoven o desenvolvemento sustentable.

Iniciativas internacionais ás que nos adherimos

1. Código de Conduta da UE sobre Prácticas Empresariais e de Comercialización Responsables no Sector da Alimentación

En 2021 unímonos a este Código de conduta sobre negocio responsable de alimentos e prácticas de márketing, aprobado dentro da estratexia "Da Granxa á Mesa" da Unión Europea. Este Código responde os esforzos da UE por aumentar a dispoñibilidade e a accesibilidade de opcións alimentarias saudables e sustentables.

2. Obxectivos de Desenvolvemento Sustentable (ODS)

Aliñamos a nosa estratexia cos 17 obxectivos aprobados en 2015 por Nacións Unidas, co obxectivo de traballar conxuntamente co resto dos axentes económicos, sociais e ambientais para alcanzar as metas de desenvolvemento sustentable.

3. Pacto Mundial

EROSKI foi un dos membros fundadores do Pacto Mundial, unha iniciativa internacional proposta por Nacións Unidas en 2002 e coa que anualmente reafirmamos o noso compromiso, que promove implementar 10 principios universalmente aceptados para fomentar a responsabilidade social empresarial nas áreas de dereitos humanos e empresa, normas laborais, medio ambiente e loita contra a corrupción.

Aspiracións comúns do Código de Conduta da UE

1. Dietas saudables, equilibradas e sustentables para todos os consumidores europeos
2. Prevención e redución da perda e o desperdicio de alimentos
3. Cadea alimentaria climáticamente neutra en Europa para 2050
4. Cadea alimentaria optimizada, circular e eficiente cos recursos en Europa
5. Crecemento económico constante, inclusivo e sustentable, emprego e traballo digno para todos
6. Cooperación para a creación de valor sustentable na cadea de subministración alimentaria
7. Abastecemento sustentable no seo da cadea de subministración alimentaria

Avanzamos nos nosos 10 compromisos pola Saúde e a Sustentabilidade

Co mesmo espírito, e en coherencia co noso propósito fundacional, incorporamos de maneira integral estes principios de desenvolvemento sostible na nosa organización, aliñando os nosos plans estratéxicos e de xestión co obxectivo de reducir e mitigar os impactos negativos e a promoción dos positivos. Por iso, en 2018 elaboramos, en colabo-

ración con máis de 8.000 persoas, os 10 Compromisos de EROSKI pola Saúde e a Sustentabilidade, que constitúen o noso norte e a nosa folla de roteiro para atender adecuadamente as demandas e as expectativas dos consumidores e da sociedade, e aos que CAPRABO se sumou tamén en 2019.

I Avances nos nosos 10 compromisos pola Saúde e a Sustentabilidade

Compromisos pola Saúde e a Sustentabilidade	Avances destacados	ODS	Ambicións do Código Ético UE
1 Implicámonos coa seguridade alimentaria Estamos comprometidos coa seguridade alimentaria, a través dun plan de calidade preventivo, o control da rastrexabilidade dos produtos e o mantemento da cadea de frío dos frescos.	<ul style="list-style-type: none"> 22.906 controis analíticos de produtos e servizos. 343 auditorías a provedores. 938 auditorías a puntos de venda e plataformas. 		1. Dietas saudables 4. Cadea de valor eficiente e circular
2 Promovemos unha alimentación equilibrada Promovemos o consumo dos alimentos que necesitamos para unha alimentación equilibrada, reducimos nutrientes cuxo consumo excesivo é prexudicial para a saúde nos produtos das nosas marcas e melloramos a calidade das súas graxas saturadas.	<ul style="list-style-type: none"> 308 produtos de marca propia reformulados para mellorar o seu perfil nutricional. 100% eliminación da graxa de palma na nosa marca propia. 		1. Dietas saudables 4. Cadea de valor eficiente e circular 7. Abastecemento sostible
3 Previmos a obesidade infantil Traballamos para previr a obesidade infantil, promovendo e facilitando unha alimentación equilibrada para a infancia, priorizando a calidade nutricional dos nosos produtos infantís e formando a dous millóns de nenos e as súas familias en hábitos de vida saudable para 2025.	<ul style="list-style-type: none"> 126.839 escolares e as súas familias formados en 2021 a través do noso Programa Educativo en Alimentación e Hábitos Saudables (PEAHS). 		1. Dietas saudables 6. Cooperación
4 Atendemos as necesidades nutricionais específicas Traballamos para que as persoas con necesidades específicas atopen nas nosas tendas todo o necesario para a súa alimentación, ampliando a diversidade da oferta e ofrecendo alternativas como o noso servizo de encargos ou a nosa tenda <i>online</i> .	<ul style="list-style-type: none"> 2.700 produtos sen glute as nosas tendas, máis de 550 das nosas marcas. Máis de 2.200 socios das Asociacións de Celiacos de Euskadi, Navarra, Cataluña e A Rioxa beneficiáronse dun 20% de desconto en 200 produtos específicos sen glute. 		1. Dietas saudables 6. Cooperación
5 Favorecemos un consumo responsable Facilitamos unha alimentación sostible, reducindo o impacto ambiental dos nosos procesos, tendas e produtos. Ademais, promovemos os produtos ecolóxicos e os procedentes de procesos de produción máis sostibles, así como a redución de aditivos artificiais e o benestar animal.	<ul style="list-style-type: none"> 6% redución en emisións de CO2 en 2021 respecto ao ano anterior. 73 envases e embalaxes ecodiseñados. Máis de 17 millóns de comidas doadas a entidades sociais como parte do noso programa Desperdicio Cero. 		1. Dietas saudables 2. Prevención do desperdicio alimentario 3. Neutralidade climática da cadea de valor 4. Cadea de valor eficiente e circular 6. Cooperación 7. Abastecemento sostible

Compromisos pola Saúde e a Sustentabilidade	Avances destacados	ODS	Ambicións do Código Ético UE
6 Ofrecemos máis produtos locais Contribuímos ao desenvolvemento da contorna social e económica das nosas tendas e promovemos a cultura e o desenvolvemento local na comunidade a través de eventos gastronómicos, visitas ás instalacións de produción e colaborando nas festas de maior arraigamento e tradición.	<ul style="list-style-type: none"> 1.797 produtos locais ofrecidos en colaboración con pequenos produtores locais. Máis de 13 millóns de euros destinados a accións sociais nas contornas nas que operamos. Programa Céntimos Solidarios con máis de 2 millóns de euros recadados. 		3. Neutralidade climática da cadea de valor 4. Cadea de valor eficiente e circular 5. Crecemento económico 6. Cooperación 7. Abastecemento sostible
7 Facilitamos comer ben a bo prezo Melloramos os prezos nos produtos necesarios para levar unha alimentación equilibrada e responsable e desenvolvemos propostas de aforro personalizadas para os nosos Socios e Socias Cliente.	<ul style="list-style-type: none"> Máis de 347 millóns de euros de aforro transferido aos nosos clientes a través de ofertas, promocións e outras campañas. 		1. Dietas saudables
8 Actuamos desde a escoita, con claridade e transparencia Actuamos de forma clara e transparente, contando sempre coa participación de Socios, Traballadores e clientes, así como doutros grupos de interese. Ademais, buscamos a máxima claridade e transparencia na información que ofrecen os nosos envases.	<ul style="list-style-type: none"> 152.000 de Socios Cliente participaron en exercicios de escoita. 100% produtos de marca propia co etiquetado nutricional avanzado Nutri-Score na tenda, máis de 1.700 no propio envase. Plan Solidariedade 2022 elixido coa escoita a 12.400 persoas e 289 entidades sociais. 		1. Dietas saudables 6. Cooperación
9 Coidámonos como traballadores Promovemos a formación en materia de saúde, benestar e consumo responsable co obxectivo de mellorar a calidade de vida dos nosos traballadores e traballadoras, ofrecendo formación, asesoramento, actividades, programas e ferramentas para o noso persoal e as súas familias.	<ul style="list-style-type: none"> 457 traballadores de EROSKI participaron nas horas de formación sobre alimentación equilibrada e a saúde realizadas. 176.297 horas de formación en total ás persoas traballadoras. 		5. Crecemento económico
10 Impulsamos un estilo de vida máis saudable Impulsamos a información de calidade sobre saúde e sustentabilidade a través de canles como a revista CONSUMER EROSKI e www.consumer.es . Ademais, dispoñemos do noso programa de asesoramento personalizado para Socios do Club EROSKI.	<ul style="list-style-type: none"> 50 millóns de visitas en www.consumer.es Máis de 38.000 Socios Cliente participaron activamente en retos relacionados coa alimentación saudable. Máis de 29.000 Socios Cliente recibiron os informes mensuais de Ekilibria. 		1. Dietas saudables 6. Cooperación

Goberno corporativo













102-16

En EROSKI a toma de decisións da compañía corresponde ao Consello Reitor e ao Consello de Dirección, que atende as cuestións delegadas polo primeiro. O noso modelo de goberno caracterízase por contar cunha estrutura perfectamente definida e separada en canto á toma de decisións, garantindo unha xestión eficaz debido á coordinación entre todas as partes.

Os Estatutos Sociais, actualizados e aprobados en xullo de 2020, recollen as incompatibilidades dos membros do Consello Reitor e a Dirección, entre outras cuestións, e poden ser consultados na web corporativa (<https://www.eroski.es/gobierno-corporativo>). En 2020 tamén se renovou o Consello Reitor e nomeouse ao novo Consello de Dirección, que seguiron vixentes en 2021.

Todas as sociedades que conforman o grupo acóllense ás directrices de Goberno Corporativo de EROSKI S. Coop.

Consello Rector

Membros		Vogais	
 Leire Mugerza Gárate Socia Consumidora (Independente) Presidenta	 Oskar Goitia Zubizarreta Socio Consumidor (Independente)	 Nerea Esturo Altube Socia Traballadora	 Javier Pascual Sánchez Socio Traballador
 Iñigo Arias Ajarrieta Socio Traballador Vicepresidente	 Lander Beloki Mendizabal Socio Consumidor (Independente)	 Mª Carmen Iñurria Landeras Socia Consumidora (Independente)	 Ana Isabel Zariquiegui Asiain Socia Traballadora
 Sonia Ortubai Balanzategui Socia Consumidora (Independente) Secretaria	 Edorta Juaristi Altuna Socio Traballador	 Mª Asunción Bastida Sagarzazu Socia Traballadora	 Eduardo Herce Susperregui Socio Consumidor (Independente)

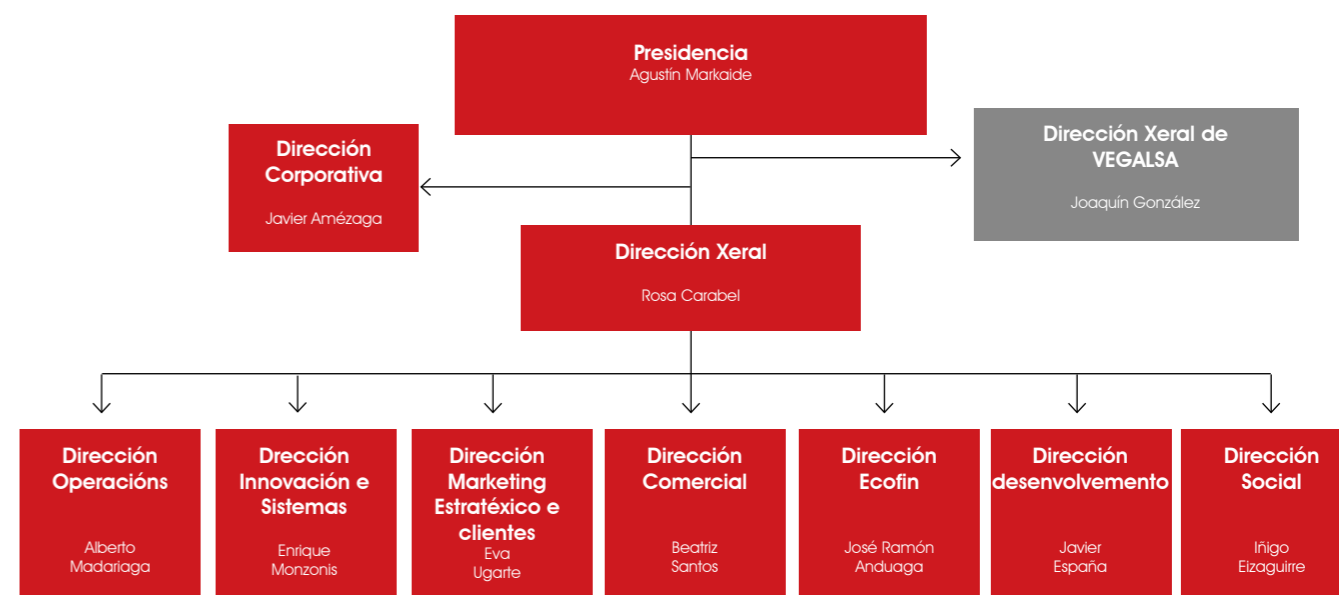
Consello de Dirección



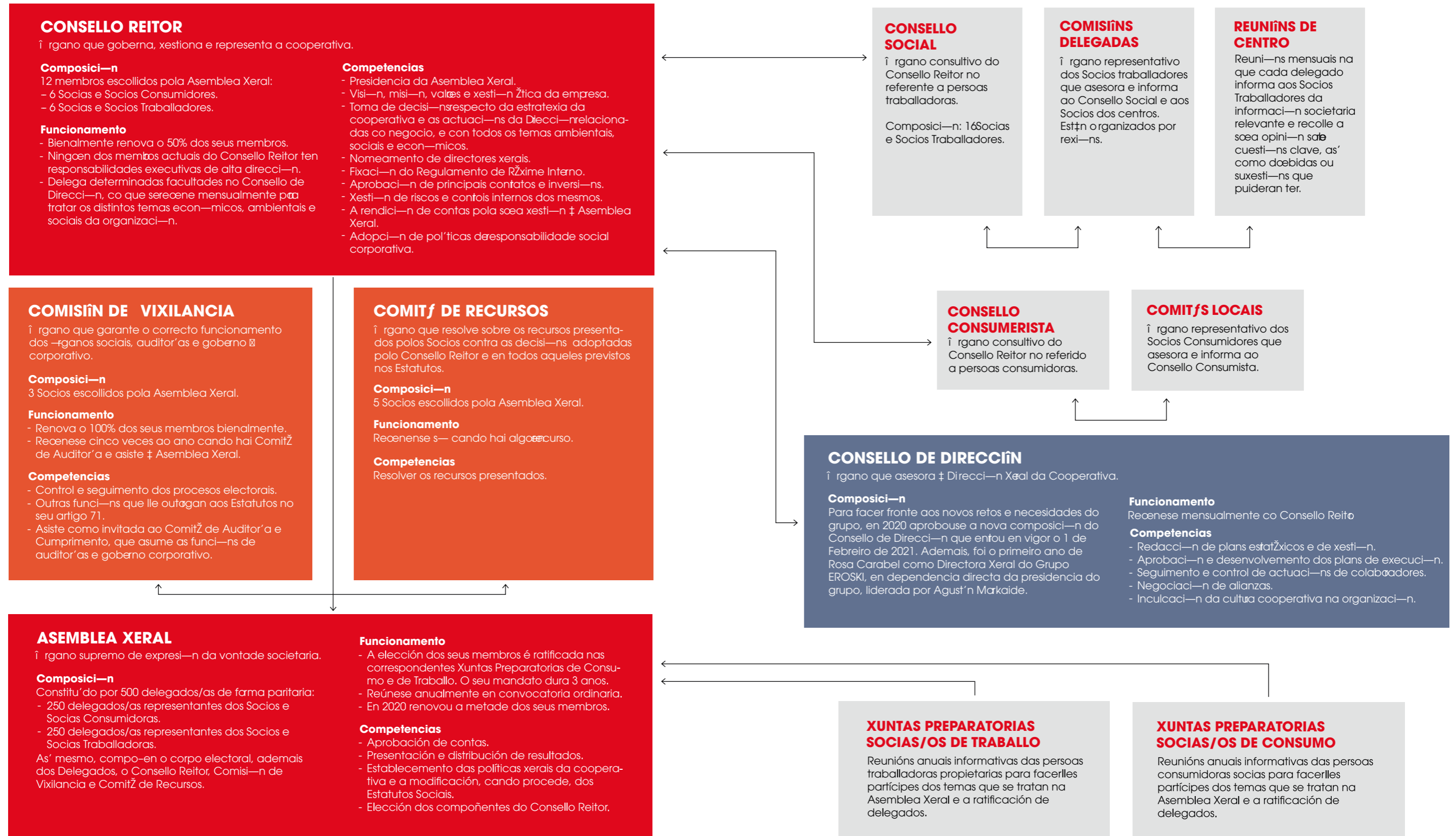
Estrutura de Goberno

A aprobación e toma de decisións estratéxicas en materia de sustentabilidade corresponde ao Consello Reitor, en base ás políticas xerais fixadas pola Asemblea Xeral, e delegando as funcións oportunas no Consello de Dirección.

Ademais, no seu caso, as comisións constituídas como órganos colexiados no seu seo son: a Comisión de Auditoría e Cumprimento, que supervisa a eficacia do control interno, os sistemas de xestión de riscos e as políticas de goberno corporativo e cumprimento; a Comisión de Nomeamentos e Retribucións, que se encarga de evitar os conflitos de interese e teñen en conta as cuestións de diversidade de xénero; e a Comisión Executiva.



Estrutura de goberno de VEGALSA-EROSKI



Estrutura de goberno de VEGALSA-EROSKI

Vegonsa Agrupación Alimentaria, S.A. (VEGALSA), é unha sociedade participada ao 50% pola familia Ventura González e EROSKI e, por iso, conta cun modelo de goberno corporativo diferente nalgúns cuestións. Forma parte do Grupo EROSKI desde 1998 e é o referente da distribución comercial en Galicia. Actualmente desenvolve tamén a súa actividade nas comunidades limítrofes de Asturias e Castela e León, onde conta cunha forte implantación e diferentes enseñas ademais de EROSKI, como FAMILIA e ONDA.

VEGALSA-EROSKI implementa o modelo de bo goberno de Grupo EROSKI, que compaxina con responsabilidades e competencias propias, acordadas co Grupo e desenvoltas a través dos seus órganos de xestión propios:

CONSELLO DE ADMINISTRACIÓN

Órgano superior de toma de decisións de VEGALSA-EROSKI.

Composición

Catro membros:

- Javier Amezaga. Presidente
- Rosa Carabel. Vogal
- Jorge González. Vogal
- José Alonso. Vogal

Funcionamento

Reúnese mensualmente en sesión ordinaria.

Competencias

- Autorización de decisións relativas a aperturas, peches e traslados de establecementos comerciais.
- Autorización de inversións relevantes.
- Aprobación de cambios no equipo directivo.
- Establecemento das directrices do Plan de Xestión.
- Orzamentos económicos anuais.

COMITÉ DE DIRECCIÓN

Órgano responsable da xestión de VEGALSA-EROSKI

Composición

16 membros

Funcionamento

Reúnese quincenalmente en sesión ordinaria.

Competencias

- Asuntos delegados polo Consello de Administración.
- Redacción de plans estratéxicos e de xestión.
- Aprobación e desenvolvemento de plans de execución.
- Seguimento e control de actuacións.
- Impulso da cultura corporativa na organización.

Estrutura de goberno de SUPRATUC2020 S.L.

SUPRATUC2020 S.L. é unha sociedade participada ao 50% pola sociedade do grupo EROSKI NEWCOBECO S.L.U. e EP BidCo, A.S. Por iso, conta tamén cun modelo de goberno corporativo diferente nalgúns cuestións. O Grupo Corporativo EP, o Global Commerce EP e a Equity Investment EP (investimento de capital) consisten nunha ampla carteira de investimentos diversificados cun valor empresarial de aproximadamente 17 billóns de euros.

SUPRATUC2020 S.L. participa nun 100% nas sociedades CECOSA Supermercados S.L., cuxo ámbito de actuación é a zona de Baleares, así como en CAPRABO S.A., cuxo ámbito de actuación está en Cataluña principalmente.

SUPRATUC2020 S.L. implementa o modelo de bo goberno de Grupo EROSKI, que compaxina con responsabilidades e competencias propias, acordadas co grupo e desenvoltas a través dos seus órganos de xestión propios:

CONSELLO DE ADMINISTRACIÓN

Órgano superior de toma de decisións de SUPRATUC2020 S.L.

Composición

4 membros:

- Javier Amezaga. Presidente
- Rosa Carabel. Vogal
- Marco Arcelli. Secretario
- Roman Silha. Vogal

Funcionamento

Reúnese mensualmente en sesión ordinaria.

Competencias

- Autorización de decisións relativas a aperturas, peches e traslados de establecementos comerciais.
- Autorización de inversións relevantes.
- Aprobación de cambios no equipo directivo.
- Establecemento das directrices do Plan de Xestión.
- Orzamentos económicos anuais.

A Dirección correspóndese coa do grupo EROSKI, en coordinación cos Directores Xerais de CAPRABO S.A. e CECOSA Supermercados S.L. Así mesmo, SUPRATUC2020 S.L. conta cunha Dirección Financeira específica.

A fin de exercicio 2021 SUPRATUC2020 estaba aínda en proceso de definición do seu código ético, que estará dispoñible ao longo de 2022.

Xestión ética e responsable

102-11 102-16

Estamos comprometidos cunha xestión ética e responsable das nosas actividades. Para iso, o noso marco normativo e de cumprimento establece mecanismos de dilixencia debida necesarios para garantir que as nosas actuacións se realicen con apego á Lei e con respecto a principios éticos e de responsabilidade social.

Marco de actuación responsable e mecanismos de xestión

Aliñado coa nosa cultura, e dentro do noso compromiso cunha xestión baseada en principios éticos, establécese un marco de cumprimento de referencia para todas as persoas que forman parte de EROSKI ou establecen nunha relación con nós.

O citado marco ven encabezado polo noso Código de Conducta, aprobado inicialmente en 2011, e revisado e aprobado de novo en marzo 2018, que persegue asegurar que as actividades e as relacións de EROSKI se realizan de maneira honesta e ética. Así mesmo, identifica os principais principios e compromisos adquiridos e pon de manifesto o principio de dilixencia debida aplicado pola organización en materia de ética e integridade para a prevención, detección e erradicación de condutas irregulares.

Así, o noso compromiso esténdese ao respecto polos dereitos humanos en todas as nosas actividades con base en normativas e medidas internacionais, conxugándose co noso respecto polas liberdades públicas e estrito cumprimento da legalidade vixente en cada momento.

Por este motivo, en EROSKI recoñecemos a importancia e tomamos como referencia a Carta Internacional dos Dereitos Humanos e os convenios fundamentais da Organización Internacional do Traballo (OIT) en materia de prácticas laborais, non admitindo prácticas contrarias aos principios recollidos nos citados tratados e convenios. Este compromiso amplíase aos nosos provedores e, en xeral, a empresas colaboradoras.

Por outra parte, o Código de Conducta foi comunicado aos nosos traballadores, socios e provedores, polo que son coñecedores dos compromisos que deben orientar as súas actuacións. Ademais, contamos cunha Canle de denuncia para os comportamentos contrarios aos nosos principios éticos e marco de cumprimento normativo. O regulamento que regula o funcionamento do mesmo, aprobado inicialmente no 2011, foi revisado e aprobado de novo en marzo 2018.

Código Ético

En coherencia cos nosos valores, definimos en maio de 2003 e revisamos en febreiro de 2021 o noso Código Ético, co que nos comprometemos a:

A nosa cultura permítenos establecer un aliñamento estratéxico a todos os niveis entre os nosos principios de comportamento, recollidos nas nosas principais políticas, e a nosa forma responsable de actuar.

- O cumprimento da lexislación e a normativa laboral e cooperativa vixente, así como de todos aqueles compromisos que o grupo subscriba.
- A implantación e mantemento dun Sistema de Xestión Ético eficaz, que se constituía nun elemento integrador e dinamizador da xestión da organización.
- A mellora continua no comportamento ético da organización.
- O desenvolvemento dunha cultura de Responsabilidade Social entre todas as persoas que forman parte do proxecto Grupo EROSKI e na súa contorna.
- Apoiar e respectar a protección dos Dereitos Humanos proclamados no ámbito internacional.

Estes son os eixes da xestión diaria, que na práctica correspondense coas seguintes liñas de actuación:

- Incluir a xestión ética entre os obxectivos principais da Dirección.
- Asumir e contribuír á mellora continua dos niveis de responsabilidade social recollidos na lexislación.
- Verificar a través de indicadores a conduta ética da organización para definir as áreas de actividade necesitadas de mellora.
- Fixar obxectivos de mellora na xestión ética e elaborar e adoptar plans para a súa consecución.
- Formar e informar adecuadamente a todas as persoas involucradas na aplicación do sistema de xestión e promover a adopción de boas prácticas de responsabilidade social.
- Informar adecuadamente sobre o Código Ético adoptado a provedores e subcontratistas e crear mecanismos para a transferencia do coñecemento sobre a responsabilidade social.
- Atender ás partes interesadas externas (consumidores, comunidades de veciños, Administración, clientes, provedores, etc.) que indaguen sobre o noso comportamento social.
- Comunicar á sociedade, aberta e eficazmente, o noso Código Ético, as súas normas e o cumprimento dos seus obxectivos.

Loita contra a corrupción e conflitos de interese

205-1

En EROSKI contamos cos mecanismos necesarios para prever e xestionar actuacións que non responden aos nosos principios éticos e normativos.

Por este motivo, traballamos e poñemos a disposición os recursos necesarios para evitar actividades desaliñadas cos nosos principios, desenvolvendo a nosa actividade con respecto á máis estrita legalidade e rexeitando accións potencialmente xeradoras de conflitos de interese. Así mesmo, no relativo a sancións, contamos co Regulamento de Réxime Interno de EROSKI, S. Coop., que aplica a todo o Grupo.

Por outra parte, concretamente en materia de loita contra a corrupción e branqueo de capitais, as actuacións levadas a cabo enmárcanse na implantación da Política de Compliance e a Política Anticorrupción, aprobada esta última en decembro 2018.

Así mesmo, o Plan de Prevención de Riscos Penais establece o deseño da política preventiva e define as medidas de control interno que deben implantarse. Para iso, elaborouse un Manual de Prevención de Riscos Penais, aprobado en outubro 2017, que inclúe:

- Detalle das situacións de risco que eventualmente poda ter que afrontar o Grupo.
- Establecemento de protocolos de actuación ante operacións que entrañen un potencial risco delituoso.
- Formulación das recomendacións necesarias para o deseño dunha política eficaz de prevención de delitos, onde tamén se define o modelo de delegación e control do Grupo en canto á notificación de incidencias, implantación de medidas ou mellora das xa establecidas, e a comunicación de condutas delituosas ao Consello de Administración.

Adicionalmente, en materia de prevención do branqueo de capitais e actividade terrorista, leváronse a cabo en 2021 os seguintes acometidos:

1. Desenvolvemento dunha nova versión do Manual, que se aprobará en 2022.
2. Seguimento da política de prevención de branqueo nos negocios de diversificación.
3. Actualización do regulamento da canle de denuncias no relativo á directiva whistleblowing. A canle de denuncias actualizado difundirase en 2022.
4. Mantemento das auditorías no negocio de franquías.

5. Redacción do protocolo de prevención de branqueo de capitais na Fundación Erlan Fundazioa, que se aprobará en 2022.

6. Desenvolvemento da Memoria Anual de 2021, que se debe aprobar en 2022.

7. Mantemento da implantación dos diferentes soportes referidos á adecuada xestión da titularidade real na materia (acta de titularidade real), identificación das relacións de negocio, información sobre negocio de cliente, de seguimento do negocio do mesmo, de operacións excluídas, ficha exame de operacións sospeitosas, relación de alertas e ficha de risco de clientes.

8. Auditoría de prevención de branqueo de capitais en VEGALSA-EROSKI.

Xestión de riscos

102-15; 102-29; 102-30; 102-31

A xestión de riscos é fundamental para que Grupo EROSKI poida alcanzar os obxectivos fixados en todos os niveis do negocio, identificando os factores que poden incidir no seu incumprimento e establecendo, no seu caso, os mecanismos adecuados para minimizar os impactos adversos.

A nosa metodoloxía baséase no informe COSO, método publicado polo Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission e amplamente aceptado a nivel global, que establece un marco xeral para a administración integral de riscos.

O marco de cumprimento normativo do Grupo EROSKI, formado polos códigos e políticas corporativas e demais procedementos, marca as directrices necesarias para reducir os riscos inherentes a nosa actividade e mitigar os seus impactos.

A identificación, avaliación e xestión dos impactos, riscos e oportunidades de carácter económico, ambiental e social corresponden principalmente ao noso Comité de Auditoría e, no caso de riscos penais, ao Órgano de Control Interno (OCI) ata xullo de 2021 e, a partir desá data, ao Comité de Cumprimento Normativo – CCN. Este novo órgano de cumprimento asume, ademais das competencias en cumprimento penal, as materias relativas ao branqueo de capitais, protección de datos, acoso e igualdade e canle de denuncias. É un Comité constituído para o cumprimento integral en materias protocolizadas e outros programas de cumprimento que puidesen desenvolverse no futuro.

Estes encárganse de informar puntualmente o Consello Reitor, o cal é, en último termo, o órgano responsable de velar polo cumprimento das normas internas relativas á xestión de todos os riscos que poidan ameazar á organización. O Consello Reitor é o órgano executivo responsable último da xestión de riscos.

O Comité de Auditoría e Cumprimento é o encargado de supervisar a eficacia do sistema de xestión de riscos, analizando as debilidades significativas do sistema de control interno e velando pola efectividade das políticas de riscos, así como pola elaboración e revisión do mapa de riscos da organización.

O cumprimento das obrigacións en materia de compliance penal recae sobre o Comité de Cumprimento Normativo (CCN), dependente do Comité de Auditoría e Cumprimento. O CCN é o encargado da elaboración, implantación, aplicación e seguimento das medidas de prevención e control de riscos penais. Ademais, a través da Oficina de Cumprimento, encárgase da xestión e a implantación do Plan de Prevención de Riscos Penais.

Dito plan identifica os delitos que contarían cunha maior probabilidade de ser cometidos dentro das actividades realizadas. Establécense as medidas de prevención, vixilancia e acción derivadas de cada risco potencial identificado. Alcanza a EROSKI exceptuando a VEGALSA-EROSKI, que ten o seu propio sistema de xestión de riscos.

Neste contexto preventivo, anualmente o Consello Reitor realiza tamén unha análise en profundidade dos riscos corporativos en xeral. No Informe Anual de Goberno Corporativo (apartado E), dispoñible na web de EROSKI, apórtase información relativa aos riscos (alcance do sistema de xestión de riscos, órganos responsables do sistema de xestión de riscos, riscos materializados no exercicio, etc.).

O sistema establecido en EROSKI inclúe a elaboración e periódica actualización do noso Mapa de Riscos. En 2020 incluíuse na análise un informe en relación co posible impacto que a pandemia da COVID - 19 puidese ocasionar sobre o noso sistema de xestión de riscos penais. A análise considerou tanto as situacións provocadas polo efecto directo da pandemia como aquelas derivadas da xeración de nova normativa.

Así mesmo, dado que o cambio climático é un risco non diversificable que está a ter xa na actualidade impactos a nivel mundial e que previsiblemente se agravarán no futuro, en 2022 afondaremos na identificación dos riscos asociados ao cambio climático xerados pola exposición a este da nosa actividade, incluíndo os riscos da transición cara a unha economía baixa en carbono que poderían afectar a compañía e incidiremos na avaliación do impacto financeiro destes riscos e das medidas que se adopten para facer fronte a devanditos riscos. Esta análise realizarase de acordo ás recomendacións do Task Force on Climate-Related Financial Disclosures e con isto, daremos cumprimento aos requirimentos da Lei de Cambio Climático e Transición Enerxética.

O mapa de riscos de EROSKI é confidencial. Con todo, na seguinte táboa resúmese a tipoloxía de riscos xenéricos que afrontan as empresas do sector e os mecanismos cos que conta EROSKI para darlles resposta.

Resposta á COVID-19

Este ano seguiu marcado pola situación provocada pola pandemia da COVID-19, que seguimos xestionando para garantir o acceso aos nosos produtos e servizos con seguridade.

En EROSKI, como parte do sector de distribución retalista de bens e servizos de gran consumo, xogamos un papel fundamental no desenvolvemento de solucións e respostas á crise xerada, tanto desde un punto de vista de negocio e adaptación organizativa, como tamén desde unha óptica de contribución social e axuda á sociedade.

Todas as persoas que forman parte de EROSKI demos o mellor de nós para garantir o acceso aos nosos produtos e servizos nunha contorna segura e confortable.

Proba diso é o reforzo que máis de 650 persoas de sede fixeron nas tendas en decembro e xaneiro de 2022, durante os peores momentos da sexta onda.

Por este motivo, queremos agradecer o compromiso con EROSKI. Por unha banda, a todo o noso equipo humano polo esforzo e determinación mostrados un ano máis en momentos clave e, por outra, a todos os clientes por seguir depositando a súa confianza en nós e ter un comportamento exemplar.

Riscos do sector e mecanismos de EROSKI para a súa xestión

RISCO	DESCRICIÓN	Mecanismos de xestión e páx. do documento onde se explican
Evolución da economía e o mercado	Evolución de indicadores macroeconómicos: desemprego, consumo, IPC, tipos de interese, tipo de cambio, etc., así como o conflito en Ucraína, e a súa posible incidencia na dispoñibilidade de subministracións, no consumo privado e nas vendas da compañía. Na actual contorna inflacionista, continúa a tendencia á crecente importancia do prezo en decisión de compra.	Modelo "contigo" que reforza a fidelización de clientes a través de EROSKI Club. (Páx. 41-42) Campañas de oferta e descontos especiais coa Tarxeta Oro e titulares da tarxeta de compra EROSKI. (Páx. 41) Adaptación da oferta comercial e servizos a través da innovación (Páx. 52-53)
Calidade e seguridade e saúde alimentaria	Risco para a saúde ou seguridade das persoas polo consumo dun produto propio ou de terceiros, cunha especial atención ao produto fresco.	Modelo de Xestión de Calidade robusto. Realizamos máis de 22.900 controis analíticos, máis de 900 auditorías en puntos de venda e de 300 auditorías a provedores ao ano. (Páx. 87-89)
Cumprimento e cambios normativos	Cambios lexislativos e novas esixencias normativas en materia de sustentabilidade, transparencia, protección de datos e medidas contra delitos de branqueo, fraude, corrupción, etc.	Manual de prevención de branqueo de capitais, Plan de riscos penais, Política Anticorrupción (Páx. 24-25) Política Ambiental (Páx. 85) Emprego estable e de calidade (Páx.54) Ecodeseño de envases e embalaxes (Páx.10-111) Xestión Circular de residuos (Páx.117-120) Compromiso de transparencia dentro dos nosos 10 Compromisos pola Saúde e Sustentabilidade
Impacto do cambio climático na cadea de valor	Catástrofes naturais, sinistros ou aumento de temperaturas que leven a unha posible escaseza de materias primas, a dificultades para acceder ao produto fresco e/ou que restrinxan a subministración ou a apertura dunha ou varias tendas temporalmente, incrementando os custos.	Compromiso Net Zero (Páx. 99) Política Ambiental (Páx. 98-99) e 10 Compromisos pola Saúde e Sustentabilidade. (Páx. 16-17). Estratexia comercial que potencia o consumo de proximidade e os produtos con certificacións ambientais. (Páx. 106-109) Adaptación dos procesos e instalacións para unha maior ecoeficiencia e uso de enerxías
Xestión responsable de persoas e condicións laborais	Necesidade de garantir condicións laborais adecuadas, con especial atención á igualdade de oportunidades e loita contra a discriminación.	Código ético (Páx. 24) Código de conducta (Páx. 24) Canle de denuncia (Páx. 28-29) Plan de Igualdade (Páx. 69) Xeración de emprego de calidade (Páx. 58-65)
Saúde e seguridade do traballador	Necesidade de crear contornas de traballo seguros, así como unha cultura da saúde e seguras que reduza os riscos laborais asociados ao negocio.	Plans de formación en PRL (Páx. 75) Servizos e plans de prevención de riscos laborais (Páx. 73) Auditorías internas (Páx. 73) Simulacros de emerxencias (Páx. 73)
Dixitalización	Crecementos rápidos na demanda de clientes a través de canles dixitais e necesidade de adaptación. A implantación do teletraballo está a aumentar esta tendencia.	Estratexia e proposta de omnicanalidade. (Páx. 40-42) Proxectos de innovación para avanzar na dixitalización. (Páx. 52-53)
Dereitos humanos na cadea de valor	Risco de incumprimento por parte dos provedores dos dereitos humanos e laborais.	Exixencia a todos os nosos provedores de subscribir o noso código ético. (Páx. 48) Seguimento con auditorías externas aos provedores con maior risco: sector téxtil e de non alimentación nos países asiáticos. (Páx. 48)
Seguimento das consecuencias e impacto da COVID-19	Restricións na subministración ou apertura das tendas, temporalmente, por riscos para a saúde ou seguridade das persoas, así como restricións de mobilidade por decisións administrativas para o control da crise sanitaria. Adecuación das medidas de seguridade en función da evolución da pandemia.	Novos protocolos de seguridade en tendas e lugares de traballo. (Páx. 34) Estratexia e proposta de omnicanalidade. (Páx. 40-42) Apoio a produtores locais (Páx. 126-128) Reforzo das accións solidarias na contorna máis próxima. (Páx. 127; 129-134)

Xestión responsable de VEGALSA-EROSKI

En VEGALSA-EROSKI o encargado de controlar o cumprimento normativo e de conduta establecido no Código Ético, políticas e procedementos é o Comité de Cumprimento, un órgano propio de VEGALSA-EROSKI.

Da mesma forma, tamén contamos cunha canle de denuncia, onde calquera usuario pode informar de accións contrarias ao marco ético e normativo interno ou de actuacións contrarias á legalidade vixente. Desde decembro de 2021 é posible realizar denuncias anónimas a través da canle de denuncia.

Ademais do Código Ético, aprobado en maio de 2018 e que entrou en vigor en maio 2019, o noso marco de cumprimento en VEGALSA-EROSKI está conformado por seis políticas de cumprimento: privacidade e confidencialidade; anticorrupción; conflito de interese; compras e contratacións; doazóns e patrocinios; e atencións e regalos.

Código Ético

O Código Ético de VEGALSA-EROSKI recolle os principios éticos e os valores que aplicamos en todos os ámbitos da nosa actividade e complétase coas políticas de cumprimento e os seus correspondentes procedementos.

- **Legalidade:** estrito cumprimento da Lei e da normativa interna.
- Compromiso coa **saúde e a seguridade** das persoas.
- **Máximo respecto**, equidade e dignidade no trato a todos os empregados, colaboradores, socios, competidores e demais terceiros vinculados coa Sociedade.
- **Criterios obxectivos** na selección e promoción dos traballadores.
- **Transparencia, obxectividade e profesionalidade** no desenvolvemento de todas as súas actividades e das relacións cos grupos de interese.
- **Uso racional e adecuado** de todos os recursos, salvaguardando os activos da Sociedade.
- Intimidade, **protección de datos** e información confidencial.
- **Compromiso** co medio ambiente.

Xestión de riscos

A responsabilidade última da xestión de riscos de VEGALSA-EROSKI recae sobre o Consello de Administración. Contamos con dous sistemas de xestión diferenciados, cun funcionamento independente pero coordinado.

Por unha parte, está o Sistema de Xestión de Riscos Corporativos e por outro lado, o Programa de Prevención e Control de Delitos-Riscos Penais (Compliance). Ambos sistemas teñen a súa propia estrutura cos seus órganos de xestión e control. Estes órganos son o Comité de Análise de Riscos (CAR), que se encarga dos riscos corporativos, e o Comité de Cumprimento, que xestiona os riscos penais.

Así mesmo, o Consello de Administración aprobou as normas e a metodoloxía que deben seguir os procesos de dilixencia debida. No Manual de Prevención e Control de Delitos inclúese un protocolo de toma de decisións que deberán ter en conta todos os órganos con poder de decisión e funcións na formación da vontade societaria.

O Comité de Análise de Riscos reporta dúas veces ao ano ao Consello de Administración e o Comité de Cumprimento unha vez ao ano, onde fai un descargo dos riscos e informa das cuestións de interese. A Sección de Cumprimento do Departamento Xurídico realiza dous descargos anuais, previos ao do Comité de Cumprimento, ao que informa de calquera anomalía detectada.



Mecanismos formais de queixa e reclamación

202-1

No noso compromiso cunha xestión ética e responsable, establecemos distintas canles de queixas ou reclamacións que nos permiten identificar e xestionar as posibles incidencias en materia ambiental, social ou de bo goberno. En concreto:

Cientes

Poden dirixirse ao teléfono de atención ao cliente de EROSKI, 944 943 444, de luns a sábado de 9.00 a 22.00 h ou encher o formulario dispoñible en www.eroski.es/contacto. No caso de querer contactar con CAPRABO, poden facelo a través del teléfono 932 616 060 no mesmo horario, ou entrar na páxina web: www.miclubCAPRABO.com/atencion-cliente. FORUM SPORT dispón do teléfono 944 286 618 co mesmo horario e da dirección de correo electrónico forumsport@forumsport.es. En calquera desas canles queda rexistrada a queixa/reclamación e xestiónase cos responsables correspondentes dentro da organización para ofrecer unha solución/compensación coa maior brevidade posible.

Traballadores e traballadoras

Para queixas ou reclamacións relacionadas con xestións administrativas ou propias do seu posto, os traballadores e traballadoras poden dirixirse ao Departamento Social a través do seu xefe ou rexional de Persoas ou contactando co responsable de Administración de Persoas. Para denuncias relacionadas co incumprimento do Código de Conduta Corporativo ou Plan de Riscos Penais, dispoñemos dun teléfono de contacto (94 621 12 34), unha caixa de correos electrónicos (canaldedenuncia@eroski.es; canaldedenunciavegalsa@gmail.com) e un formulario para a súa entrega física. O responsable da Oficina de Cumprimento reportará ao Comité de Auditoría e Cumprimento do Consello Reitor as denuncias recibidas a través da canle de denuncia e da Área Social. O Comité de Auditoría supervisará o funcionamento dos procedementos establecidos na recepción das consultas e as notificacións e validará a resposta dada nas mesmas. Ademais, contamos cun protocolo específico para o tratamento dos casos de acoso sexual e por razón de sexo no posto de traballo. Este protocolo actívase pola solicitude de intervención da presunta vítima a través do seu xefe ou rexional de Persoas, ou dalgún dos membros do Consello Social. En tal caso, constituirase unha Comisión Instrutora que abrirá o correspondente expediente de investigación confidencial. Finalizado o mesmo, emitirá un informe de conclusións, que se remite á Dirección de Persoas para adoptar as medidas propostas que considere oportunas.

Cumprimento contractual ou legal

As notificacións ou os requirimentos relacionados con algún incumprimento regulamentario ou contractual son remitidos ao centro ou área correspondente ou directamente ao Departamento Xurídico de EROSKI. Neste último caso, dependendo da materia da que se trate, o Departamento Xurídico derivará á área de xestión correspondente o escrito para solicitar a resposta. En función dela, realizará o escrito de contestación con arranxo á Lei de Procedemento Administrativo. Ademais, se procedera, poñeríanse en marcha aquelas accións dirixidas a emendar o incumprimento que orixinou a reclamación.

Empresas provedoras

O Servicio de Atención a empresas provedoras da servizo aos mesmos en materia contable e financeira. E dicir, a situación das súas facturas, os vencementos, os pagos ou os cargos emitidos por parte de EROSKI. No caso de que as empresas provedoras utilicen esta canle para trasladar dúbidas ou problemas en relación con outros temas, redírixeselle ás persoas e/ou departamentos correspondentes. Este servizo tamén resolve dúbidas de xestores comerciais que poidan ter algunha incidencia con algún provedor/a ou que poidan requirir algunha información sobre o estado da conta. As empresas provedoras contactan co SIP ben por teléfono (de 8:30 a 13:30 e de 15:00 a 16:00) ou ben por correo electrónico, o cal se vai revisando e xestionando, cunha demora de non máis de 2 días, en función das épocas (días previos a pagos etc.). Ademais, as empresas provedoras pódense adherir de forma gratuita á páxina web que teñen á súa disposición, a través da cal poden acceder á situación das facturas, os cargos, consultar movementos de ata 5 anos de antigüidade, etc.

Para valorar a eficacia do servizo, lévanse a cabo estatísticas de número de chamadas recibidas por período e franxa, chamadas atendidas, non atendidas e recibidas en franxas horarias que non son de atención. Ademais, contrólase o número de correos electrónicos recibidos e as datas nos que son enviados polas empresas provedoras para non incorrer en demoras.

2

Modelo
de negocio
comprometido
"contigo"





Modelo de negocio

102-2; 102-4; 102-6

O noso modelo de negocio está orientado cara a un modelo de empresa multi-formato que dea resposta ás diferentes necesidades dos nosos clientes. Para iso contamos cunha carteira de marcas que abranguen desde o noso negocio principal, a alimentación, ata axencias de viaxes, gasolineras, tendas deportivas, ópticas e seguros.

Por este motivo, contamos cunha rede comercial diversificada e eficiente, composta por 1.646 establecementos físicos nunha superficie de 1,8 millóns de metros cadrados, que

persegue facilitar os procesos de compra e dar cobertura ás persoas que depositan a súa confianza en nós. Ademais, contamos con 9 tendas online para os negocios de alimentación, material deportivo e seguros.

Varias entidades especializadas en zonas xeográficas e liñas de negocios concretos son consecuencia, no Grupo EROSKI, da nosa busca dunha maior calidade e excelencia nos produtos e servizos que ofrecemos.

I Negocios de alimentación

CASH&CARRY

VEGALSA-EROSKI conta con 18 Cash&Carry baixo a enseña Cash Record. Este negocio ofrece produtos de alimentación, droguería, enxoval e adega con formatos adaptados ao sector HORECA e alimentación comerciante polo miúdo, ademais dunha sección de non alimentación. En 2021 inaugurouse ademais a primeira tenda *online* deste negocio.

SUPERMERCADOS

O grupo EROSKI conta con 1.336 supermercados, 759 propios e 577 franquizados. Existen diferentes enseñas de supermercados dependendo do modelo comercial e a rexión. Así, contamos con 599 EROSKI City, 296 CAPRABO, 166 EROSKI Center, 106 ALIPROX, 75 FAMILIA, 48 ONDA e 46 RAPID.

HIPERMERCADOS

EROSKI conta cunha rede de 36 hipermercados de distintos tamaños na zona norte, concentrados especialmente no País Vasco. Estas tendas ofrecen tanto produtos de alimentación como de non alimentación (têxtil, bazar, electrónica, electrodomésticos, libros, etc.).

I Negocios de diversificación

FORUM SPORT

É a enseña de deportes do Grupo EROSKI con máis de 25 anos de experiencia na venda especializada de material deportivo e presente en 12 comunidades autónomas. A súa rede comercial inclúe varias tendas especializadas en sneakers e roupa para mozos baixo a marca Dooers.

ÓPTICAS

EROSKI dispón dunha cadea de 11 centros ópticos cos mellores profesionais, produtos, servizos e garantías. Nas súas ópticas ofrécese unha variada gama de produtos de calidade e deseño: gafas graduadas e de sol, lentes de contacto, líquidos e accesorios, etc.

GASOLINEIRAS

EROSKI conta en 2021 con 38 gasolineras, localizadas estratexicamente xunto aos seus hipermercados e supermercados. As gasolineras EROSKI manteñen a política da cooperativa de trasladar aos seus clientes os mellores prezos, facilidades de pago e descontos.

Viaxes EROSKI

Axencia de viaxes do Grupo EROSKI (incluíndo tamén Viatges Caprabo, en Cataluña, ademais das súas oficinas online www.viajeseroski.es e www.viatgescaprabo.com). Ademais da súa actividade no sector vacacional, destacan o seu servizo de atención exclusiva á empresa nas principais cidades (Madrid e Barcelona entre elas), e unha división especializada na organización de convencións e congresos (Travel Air Events). Travel Air forma parte de GEBTA (Guild European Business Travel Agents) e ITP (Internacional Travel Partnership).

1.390
establecementos vinculados á alimentación

247
establecementos de negocios diversificados entre axencias de viaxes, gasolineras, tendas deportivas e ópticas

Número de tendas do Grupo EROSKI e as súas franquías por negocio

1.646
Total tendas

1.044
Propias

602
Franquiadas

Negocio	Propias	Franquiadas	Total
Hipermercados	36	0	36
Supermercados	759	577	1.336
Cash&Carry	18	0	18
Gasolineras	38	0	38
Ópticas	11	0	11
Axencias de viaxe	106	24	130
Tendas de material deportivo FORUM SPORT	67	1	68
Tendas <i>online</i>	9	–	9
Total	1.044	602	1.646

Número de supermercados do Grupo EROSKI e as súas franquías por enseña

1.336
Supermercados

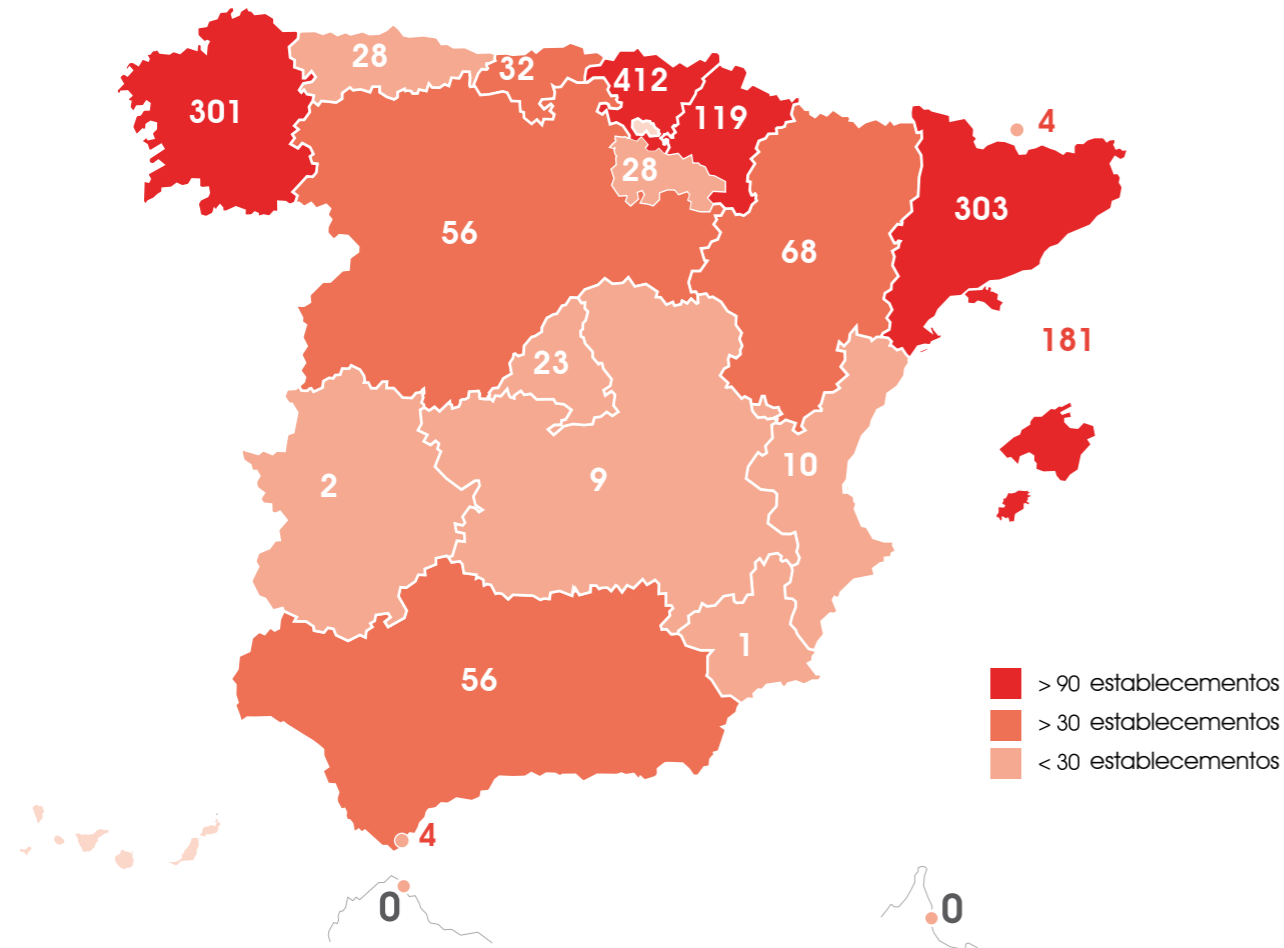
759
Propias

577
Franquiadas

Negocio	Propias	Franquiadas	Total
EROSKI City ¹	309	290	599
CAPRABO	210	86	296
EROSKI Center	164	2	166
ALIPROX	0	106	106
FAMILIA	75	0	75
ONDA	0	48	48
RAPID	1	45	46
Total	759	577	1.336

¹A cifra de EROSKI City inclúe os establecementos MERCA, que se presentaba desagregada en anos anteriores.

I Distribución por comunidade autónoma e negocio dos establecementos físicos



	Establecementos propios						Establecementos franquiciados				Total	
	Negocios alimentación			Negocios diversificados			Negocios alimentación		Negocios diversificados			
	Hipermercados	Supermercados	Cash & Carry	Gasolineras	Ópticas	Axencias de viaxes	Ocio - Deporte*	Total propios	Supermercados	Axencias de viaxes	Ocio - Deporte*	Total franquiciados

Andalucía	2			1	1			4	51	1		52	56
Andorra								0	4			4	4
Aragón		36		1		3	2	42	26			26	68
Asturias	1	11	1	2		4	7	26	2			2	28
Cantabria	1	8		1		5	5	20	9	3		12	32
Castela e León	1	21		1		7	11	41	13	1	1	15	56
Castela-A Mancha						2	0	2	7			7	9
Cataluña		210		2		1	1	214	88	1		89	303
Ceuta								0				0	0
Comunidade Valenciana							2	2	8			8	10
Extremadura						1		1	1			1	2
Galicia	6	144	17	3		4	2	176	121	4		125	301
Xibraltar								0	4			4	4
Illas Baleares		107		3				110	71			71	181
A Ríoxa	1	10		1		5	3	20	8			8	28
Madrid						2	1	3	20			20	23
Murcia							1	1				0	1
Navarra	2	53		4	1	13	6	79	36	4		39	119
País Vasco	22	159		19	9	59	26	294	108	10		119	412
Total	36	759	18	38	11	106	67	1.035	577	24	1	602	1.637

Tendas seguras certificadas

Desde o comezo da pandemia traballamos incansablemente para garantir a saúde e a seguridade de todas as persoas que establecen unha relación laboral ou comercial con EROSKI. Adoptamos todas as medidas necesarias para velar pola saúde e a seguridade tanto dos nosos clientes como do noso equipo humano.

EROSKI mantivo a certificación Clean Site de Bureau Veritas para os seus supermercados e hipermercados CAPRABO e EROSKI (ex-

cepto as tendas de VEGALSA-EROSKI), que garante que nos seus establecementos se implementan correctamente os protocolos de limpeza e desinfección, así como as medidas de seguridade adecuadas, tanto para o persoal interno como para os clientes, fronte á COVID-19. A avaliación realizada por Bureau Veritas analiza aspectos relativos á desinfección, seguridade e hixiene conforme á lexislación actual vixente derivada da pandemia e ás diversas recomendacións en materia preventiva das autoridades sanitarias autorizadas.

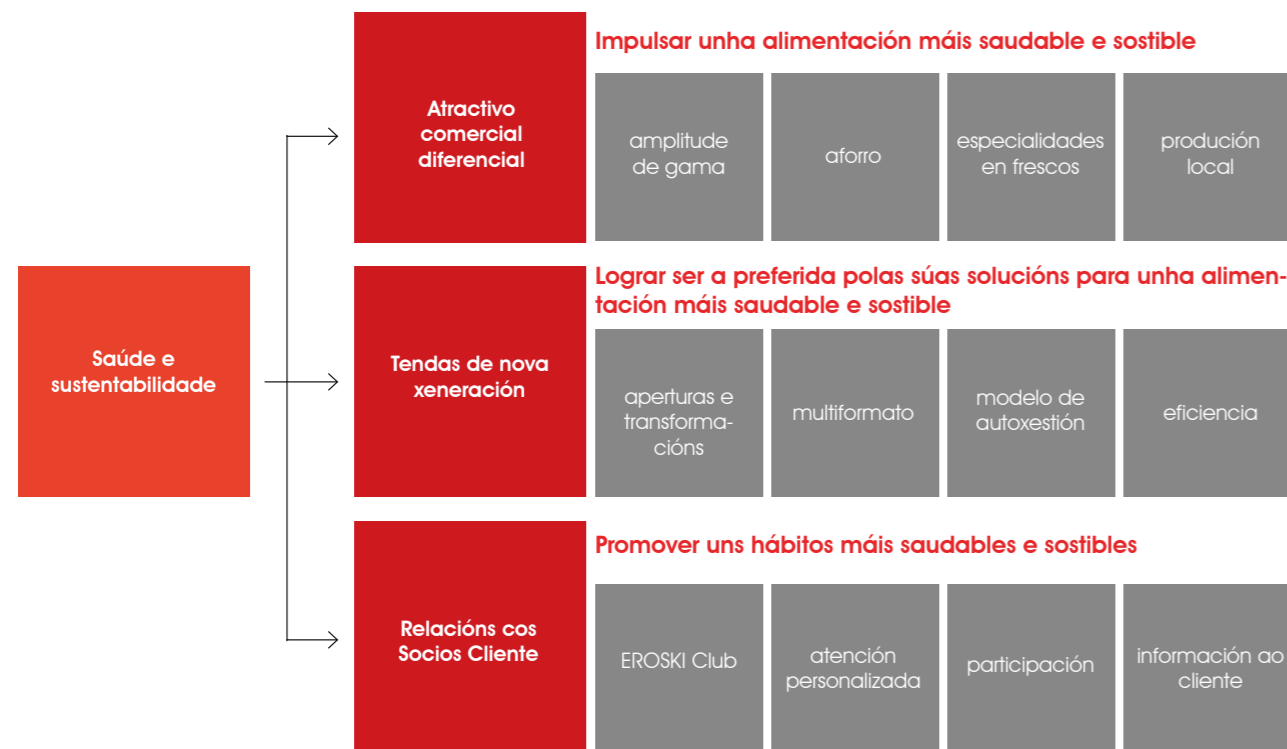
Modelo comercial "contigo"

102-2

O noso modelo comercial "contigo", aliñado ca nosa misión, persegue ofrecer aos nosos clientes produtos e servizos de calidade, de forma que traballamos para cumprir as súas expectativas e seguir crecendo en base ao impulso da saúde e a sustentabilidade.

Para iso, centrámonos no cumprimento dos nosos Compromisos pola Saúde e a Sustentabilidade, deseñando un modelo estratéxico que nos permite incorporalos no desenvolvemento das unidades de negocio así como á relación establecida cos nosos clientes e demais grupos de interese.

I Eixes estratéxicos do noso modelo comercial "contigo"



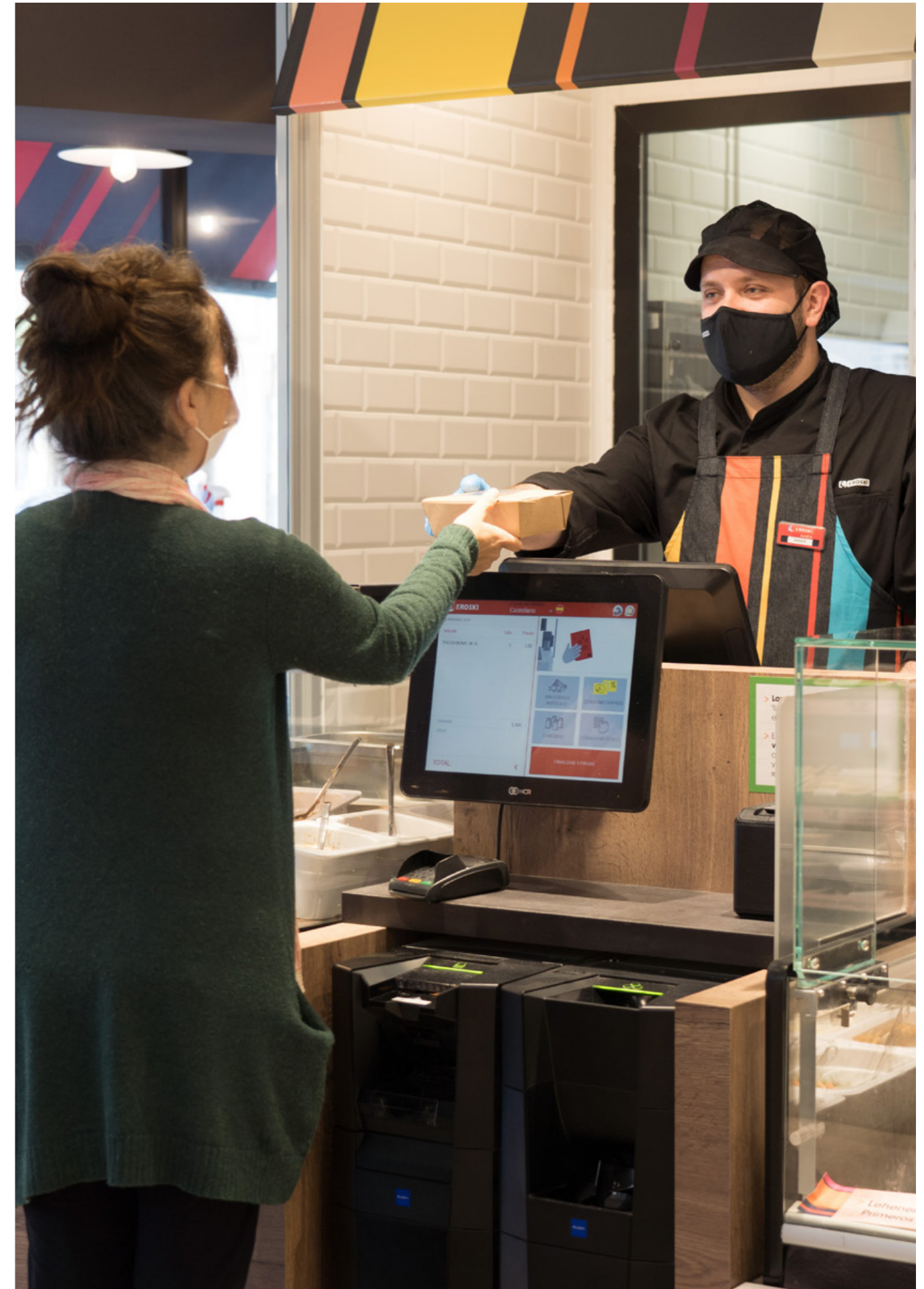
Atractivo comercial diferencial

En EROSKI, a través do noso modelo comercial "contigo", traballamos para ofrecer aos nosos clientes unha ampla gama de produtos, especializándonos en frescos e poñendo en valor o produto local. O noso obxectivo é ofrecer ao cliente un valor diferencial e una oferta inclusiva a través da calidade, dunha alimentación saudable, da resposta á diversidade de necesidades específicas e dunha maior posibilidade de elección coas citadas características. Para isto último, continuamos en 2021 un proxecto de densificación da nosa variedade, que permite incrementala un 15% con ao redor de 800 referencias máis na tenda. Isto aumenta a capacidade de dar maior cobertura a diferentes necesidades en tendas de menor tamaño.

Así mesmo, traballamos para ser a mellor opción establecendo prezos competitivos que nos permiten situarnos nunha po-

sición de fortaleza en relación á calidade e o prezo dos nosos produtos, facilitando desta forma as posibilidades de aforro dos nosos consumidores. Neste sentido, impulsamos campañas que repercuten nun aforro directo na compra dos nosos clientes, como, por exemplo, Regalámosche o IVE.

No negocio de axencias de viaxes, este 2021 avanzamos no noso compromiso cunha oferta diversa grazas á alianza comercial con Grupo Autocaravanas Norte, que nos permitirá mellorar os prezos, gamas e cobertura deste servizo a través da nosa rede de axencias de viaxe EROSKI, de EROSKI Club, e do Club CAPRABO en Cataluña.



Xerando valor a través das nosas marcas

As nosas marcas propias comprenden produtos distinguidos e referentes de calidade, así como dunha excelente relación de prezo. O noso principal obxectivo é ofrecer os mellores produtos aos nosos clientes, cumprindo coas súas expectativas e sorprendéndoos gratamente cando veñen aos nosos establecementos.

Para continuar ofrecendo produtos de calidade á vez que satisfacemos as demandas dos nosos clientes, incluímos novos produtos na nosa gama de marca propia e seguimos traballando para consolidar as nosas marcas de produtos ecolóxicos de alimentación EROSKI Bio e EROSKI Natur Bio e de droguería EROSKI Eco.

En 2021 incluímos en total 263 novas referencias de marca propia superando as 4.800. Destaca como fito do ano o cumprimento do compromiso de eliminación da graxa de palma en todos os produtos de marca propia.



Premios "Salute to Excellence Awards"

En 2021 logramos tres premios internacionais "Salute to Excellence" da PLMA en recoñecemento á innovación e a calidade dos nosos produtos de marca propia. O papel hixiénico EROSKI de rápida disolución, os espaguetes EROSKI BIO e o penso grain free EROSKI foron os produtos premiados.

I Produtos de marca propia

		2021	2020	Descrición
	EROSKI SeleQtia	219	226	O mellor do mellor. Produtos testados polo Basque Culinary Center.
	EROSKI	2.164	2.172	Ampla gama de produtos, todo o que necesitas, coa mellor relación calidade-prezo garantida.
	EROSKI Natur	430	457	Produtos frescos con todo o sabor, total trazabilidade e calidade controlada, das mellores orixes e no seu mellor momento.
	EROSKI Bio e EROSKI Eco	95	68	Nova marca lanzada en 2020 para produtos con certificación ecolóxica que garante que foron producidos nas mellores condicións de protección do medio ambiente.
	belle	424	437	Produtos de cosmética, hixiene e coidado persoal sen parabenos nin triclosán, dermatoloxicamente probado e ao mellor prezo.
	EROSKI Basic	214	227	Produto de consumo ordinario, para todos os días, con todas as garantías de calidade de EROSKI a prezo máis baixo.
	Visto Bueno	1.146	1.405	Roupa e calzado con deseños propios e a mellor relación calidade/prezo.
	Romester	79	151	Roupa e equipamento deportivo con deseños propios e a mellor relación calidade/prezo.
	Ecron	41	35	Aparatos electrónicos e electrodomésticos con diferentes niveis de funcionalidade e a mellor relación calidade/prezo.

Tendas de nova xeración

O modelo comercial "contigo" define a nosa nova xeración de tendas, transformando a nosa rede comercial co obxectivo de ofrecer a mellor experiencia nos nosos establecementos. Desde EROSKI queremos dar resposta ás demandas da sociedade enmarcadas nas novas tendencias de sustentabilidade e dixitalización. As tendas de nova xeración de EROSKI, que son máis do 80% dos centros da zona norte e Baleares e do 70% en CAPRABO, son máis ecoeficientes e implementan medidas de eficiencia enerxética que permiten reducir ata un 35% o seu consumo enerxético respecto a un supermercado convencional.

As nosas tendas de nova xeración impulsan solucións innovadoras e transformadoras mediante modelos multiformato e establecementos máis eficientes en que compaxinamos a autoxestión co trato persoal e próximo. Ademais, estas tendas de nova xeración dan gran protagonismo aos produtos locais e produtos frescos. Neste sentido, CAPRABO iniciou un proxecto piloto para ampliar nun milleiro a cantidade e variedade de produtos nas súas tendas de menos de 700 m² de Barcelona e Xirona. Ademais de ser un aceno de identidade de EROSKI, o impulso das tendas de nova xeración permítenos cumprir coas demandas da sociedade con maiores garantías.

Aperturas e transformacións

2021 estivo marcado pola recuperación, tras o parón producido polas consecuencias da COVID-19 e a necesaria adaptación dos nosos establecementos. Este exercicio foi un ano de reforzo da nosa presenza en rexións onde somos referentes con novas tendas propias e a inauguración de 65 franquías (63 novas aperturas e dous cambios de propias a franquías). Ademais, durante 2021 continuamos a transformación ao modelo comercial "contigo" en 114 tendas.

O supermercado co que CAPRABO iniciou a súa actividade en Cataluña en 1959 foi un dos espazos que se transformou para adoptar o modelo de nova xeración. A renovación desta tenda pioneira, no distrito de Sant Martí en Barcelona, supón a ampliación de espazos, o maior protagonismo ao produto fresco ecolóxico ou local e a integración de sistemas de iluminación mellorados que permiten un aforro de enerxía.

Ademais, xestionáronse 77 novas aperturas (14 tendas propias e 63 franquías), dentro do plan para fortalecer a nosa presenza nas rexións onde somos operador de referencia. Así mesmo, levamos a cabo 53 peches (32 tendas propias e 21 franquías) co obxectivo de adaptar a estrutura de negocio ás novas necesidades da contorna.

En EROSKI impulsamos o noso crecemento na zona norte coa apertura de tendas significativas como o noso primeiro hipermercado en cinco anos en Galicia; a tenda máis sustentable da súa rede, en Vitoria-Gasteiz; unha tenda emblema como a de Sitges en CAPRABO e aperturas que redobran a aposta por determinadas comarcas como Miranda de Ebro, Inca en Mallorca e a ampliación de Florian Rey en Zaragoza.

Así mesmo, mantivemos o ritmo de franquías de anos anteriores, crecendo nas nosas zonas de referencia, especialmente Cataluña e País Vasco.

2021 foi tamén un ano de consolidación para o formato RAPID de EROSKI, que dobrou o ritmo de aperturas. Actualmente, conta con 46 supermercados RAPID, vinte deles foron inauguradas o pasado ano o que supón un claro impulso a este formato de ultraproximidade. Trátase dun modelo comercial altamente competitivo, con pequenas tendas ao redor dos 150 metros cadrados e que destaca pola facilidade e rapidez de compra.



Fortalecemos a nosa posición omnicanal. EROSKI máis dixital

Este 2021 supuxo a consolidación da nosa estratexia omnicanal, que implica ofrecer aos nosos clientes unha experiencia única e diferencial con independencia da canle utilizada para a súa compra. Neste sentido, seguimos traballando para impulsar o posicionamento das nosas canles dixitais, que, xunto coas tendas físicas, ofrecen aos nosos clientes a comodidade de elección que máis se axuste ás súas necesidades, mellorando a experiencia de compra e derrubando as barreiras entre canles *online* e *offline*.

A canle mantivo o impulso e a tendencia á alza tras o forte incremento da actividade do negocio *online* durante 2020 pola situación de pandemia, na que EROSKI *Online* chegou mesmo a cuadruplicar as vendas habituais por esta canle. No pasado exercicio a evolución normalizouse, pero mantivo uns índices que duplican aos anteriores á aparición da COVID-19.

A nosa estratexia de dixitalización organízase a través da plataforma web e a App EROSKI. Ademais, ofrecemos distintas canles para diversificar esta oferta e adaptala ao cambio de usos e necesidades dos nosos clientes, con alternativas como o *Click&Drive*, *Click&Collect* ou os casilleiros intelixentes.

Supermercado online

O supermercado *online* facilita a interacción e proceso de compra dos clientes mediante opcións de entrega a domicilio, valoración de produtos, recollida en tenda ou casilleiros intelixentes, que permiten ao cliente recoller o pedido *online* no día de forma gratuíta.

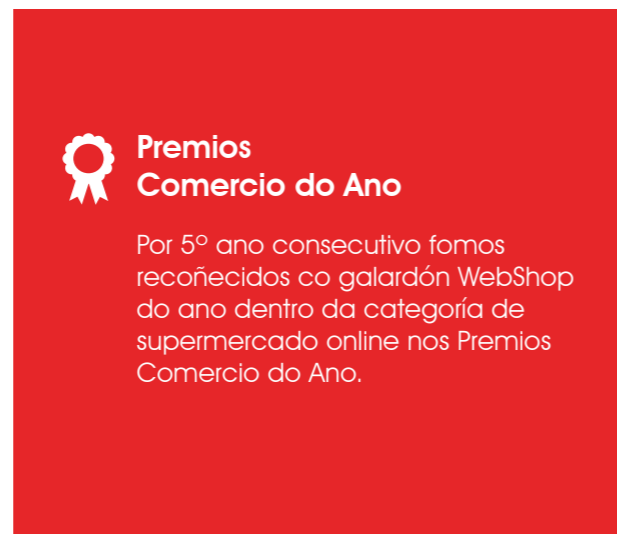
En 2021 puxemos en marcha novos servizos como o seguimento da entrega de pedidos *online*, co obxectivo de reducir as esperas na entrega a domicilio, así como a ampliación da nosa proposta comercial en máis de 3.000 artigos de non alimentación, ofrecendo maiores posibilidades de elección ao cliente.

Así mesmo, contamos cun protocolo de entrega a domicilio baixo rigorosas medidas de prevención. Ademais, coa implantación dunha versión avanzada do protocolo TLS (Transport Layer Security), que garante que a información transmitida non poida ser interceptada nin modificada por elementos non autorizados, EROSKI *online* conseguiu a máxima cualificación de seguridade de Qualys (A+).

App EROSKI

A App EROSKI é unha das canles de relación máis importantes que temos cos nosos clientes xa que facilita moitas das accións que fan os nosos clientes no proceso de compra (desde a fase de consideración ata a postcompra). As súas funcionalidades máis destacadas e usadas polos nosos clientes son: vales aforro, ofertas personalizadas, tarxeta dixital, ticket dixital, lista da compra, consulta do saldo moedeiro.

Este último ano tivemos máis de 700.000 descargas da aplicación entre Android e iOS e o número de usuarios que usan mensualmente a app creceu un 154%.



Relación cos Socios Cliente

En EROSKI queremos promocionar e facilitar o acceso a uns hábitos de vida máis saudables e sostibles para os nosos clientes, desde a alimentación ata uns servizos que satisfagan as súas necesidades de forma máis responsable.

Así mesmo, ofrecemos aos nosos clientes a atención personalizada que merecen, así como programas de fidelización para que podan desfrutar das vantaxes que lles permitan

realizar compras máis axustadas as súas demandas.

Os clientes que optan porque EROSKI sexa a súa tenda habitual e, ademais, aproveitan todas as vantaxes que ofrecemos, chegan a aforrar máis de 600 euros ao ano nos nosos supermercados e hipermercados, que agora as familias poden incrementar nun 2% adicional grazas ao plan familias 0-12.

EROSKI Club

EROSKI Club é o noso programa de fidelización a través do cal os nosos socios poden conseguir ofertas exclusivas. EROSKI Club significa máis aforro e maior facilidade para os procesos de compra. Actualmente, contamos con máis de 6 millóns de titulares das tarxetas EROSKI, CAPRABO e FORUM SPORT, que xeran de media máis do 70% das vendas. En 2021 captamos máis de 200.000 novos socios.

- A tarxeta Ouro de EROSKI Club, que permite un aforro fixo e universal do 4% en todas as compras, conta xa con 155.218 Socios Clientes e 34 empresas que engloban 3.700 traballadores, xa son *Socios Ouro Empresa*.

- A tarxeta de pago EROSKI Club, que unifica todas as vantaxes do programa EROSKI Club, ademais de ofrecer a devolución do 1% do importe das compras pagadas fora de EROSKI, co ingreso dese diñeiro na tarxeta EROSKI Club asociada, conta xa con 306.700 titulares.

- Os nosos socios EROSKI Club reciben ademais información detallada enviada de maneira personalizada, así como ofertas especiais como o acordo de colaboración con Euskaltel alcanzado en 2021 que permite aos socios da tarxeta EROSKI Club que contraten con Euskaltel ou Virgin telco, o seu servizo de telecomunicacións xerar un aforro adicional correspondente ao 4% da súa factura mensual.

Atención personalizada e de calidade. Estamos contigo

A relación de confianza establecida co cliente é unha prioridade do modelo "contigo" e dos nosos 10 Compromisos pola Saúde e a Sustentabilidade.

Traballamos para satisfacer as necesidades dos nosos clientes no cumprimento das súas expectativas, así como axudarlles cando o necesiten. Queremos transmitir aos nosos clientes que estamos ao seu lado!

Desde EROSKI apostamos por unha proposta comercial centrada no consumidor e que prima a experiencia de compra. Este enfoque permitiu distinguírnos pola nosa especialización en relación cos produtos frescos, mellorando os nosos servizos de venda asistida en mostrador.

Neste sentido, a capacitación profesional das persoas e a formación permanente son os nosos pilares para afondar na diferenciación como especialistas en frescos.

Servizo de atención ao cliente

O noso servizo de atención ao cliente permítenos estar preto das persoas que confían en EROSKI. En 2021 atendemos a 550.093 persoas a través do noso servizo de atención ao cliente cun índice de resolución de reclamacións do 100%, resolvendo o 87,8% das mesmas no primeiro contacto. En EROSKI cumprimos co noso compromiso de responder a todas as dúbidas, suxerencias e reclamacións de forma inmediata e, se requirimos dalgunha xestión para iso, facémola nun prazo máximo de 24 horas.

O Servizo de Atención ao Cliente de EROSKI atende aos consumidores en castelán, euskera, catalán e galego, e está a disposición dos clientes por teléfono, por correo electrónico e tamén a través da páxina web www.eroski.es. Ademais, contamos con outras páxinas web para distintos negocios e sociedades do Grupo, así como coas nosas redes sociais.

Premio Sotto Tempo Advertising

Os consumidores participantes nos premios da consultora Sotto Tempo Advertising outorgáronnos por undécimo ano consecutivo o recoñecemento como a empresa de gran distribución con mellor servizo de atención ao cliente.

Escoita activa dos nosos clientes

Co obxectivo de ter en conta as inquietudes dos diferentes colectivos e seguir co noso compromiso de transparencia, mantemos canles adicionais de comunicación con todos eles. Así, en 2021 realizamos máis de 30 iniciativas de escoita activa que contaron coa participación de 152.000 persoas, entre clientes, consumidores e provedores, nas que recolleamos as súas opinións, suxestións e recomendacións para mellorar a nosa oferta comercial e as nosas tendas.

Ademais, en EROSKI contamos con 21 Comités Consuméristas que estruturan a participación dos seus Socios Cliente, quen debate, posiciónanse e definen directrices para a mellora das tendas de nova xeración.

Así mesmo, no 2021 en redes sociais xeramos máis de 3,3 millóns de intercambios cos usuarios e máis de 453,3 millóns de impresións.



Twitter
59.641
seguidores



Instagram
49.835
seguidores



Facebook
230.370
seguidores



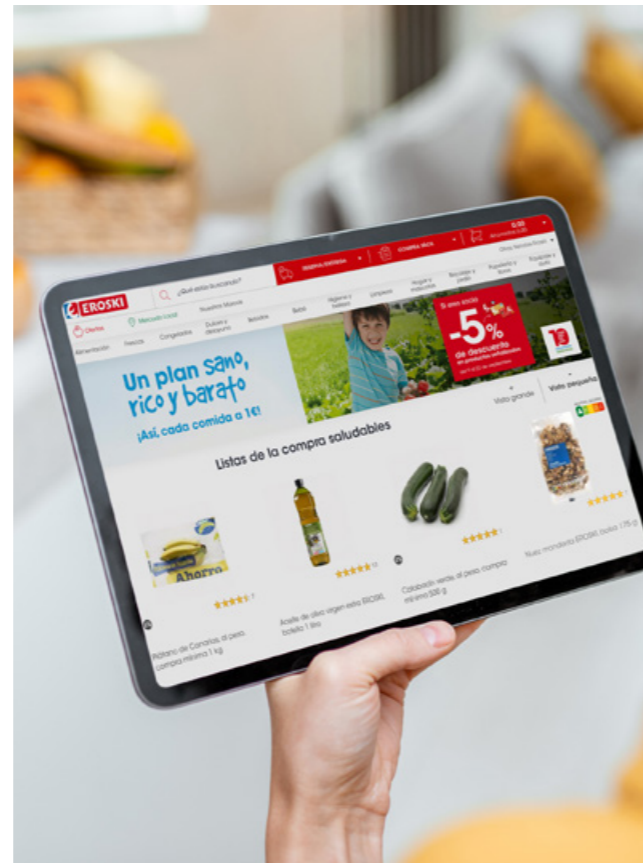
LinkedIn
76.095
seguidores

Protección de datos

EROSKI é unha cooperativa de consumo e como tal, vela con especial interese polos dereitos dos seus clientes e sen dúbida un deles é o da protección de datos. Para iso, xestionámola como un Plan de Mellora Continua. En 2007 coincidindo coa aprobación do RLOPD (Real decreto 1720/2007, de 21 de decembro, polo que se aproba o Regulamento de desenvolvemento da Lei Orgánica 15/1999) creouse o Sistema de Xestión de Protección de Datos, aplicando unha metodoloxía propia e vixiando o seu cumprimento desde o análise e a xestión do risco.

O noso Sistema de Protección de Datos aliñouse en 2018 cos novos requirimentos regulatorios e cumprimos con todos os regulamentos e normativas aplicables en materia de protección de datos dos clientes. A xestión lévase a cabo a través do Delegado de Protección de Datos (DPO) e o seu grupo de traballo, executándose dentro da Organización coa colaboración e cooperación da dirección, responsables de áreas e departamentos, administración de sistemas, usuarios dos sistemas, consultores e asesores externos.

Este plan de mellora continua vai estreitamente ligado ao principio de responsabilidade proactiva. En 2021, expuxemos unha serie de accións que permitirán, ao longo do seguinte curso, auditar o punto de venda, así mesmo iniciouse coa actualización de Rexistro de actividade do Tratamento e reestruturáronse o procedemento para o exercicio de dereitos, en xeral e a supresión de datos, en particular.



Cadea de valor eficiente e colaborativa

201-1; 203-2

O noso modelo de tenda "contigo" non só é unha estratexia reflexada nos nosos establecementos e nunha nova forma de relacionarse cos nosos clientes, senón que supón tamén unha aposta pola innovación integral e a optimización da cadea de valor.

Para lograr unha gama de produtos cada vez máis ampla, personalizada e cun maior aforro, contamos cunha cadea de valor aberta á marca de fabricante, á nosa marca propia, a outras marcas e á enorme diversidade de alimentos de produción local nas inmediacións de cada unha das nosas tendas. Ademais, seguimos mantendo as nosas alianzas comerciais para mellorar a nosa proposta aos consumidores e consumidoras en valor por prezo.

As claves da nosa mellora en competitividade comercial



Optimización

dos procesos de venda e subministración, alcanzando unha maior eficiencia en toda a cadea de valor.



Innovación

no marco de colaboración con empresas provedoras e organizacións referentes en alimentación.



Prezos

máis adecuados e competitivos gracias ás alianzas comerciais e a xestión de múltiples promocións e ofertas personalizadas.



Diversidade

do noso tecido produtivo agroalimentario impulsando aos pequenos produtores locais.

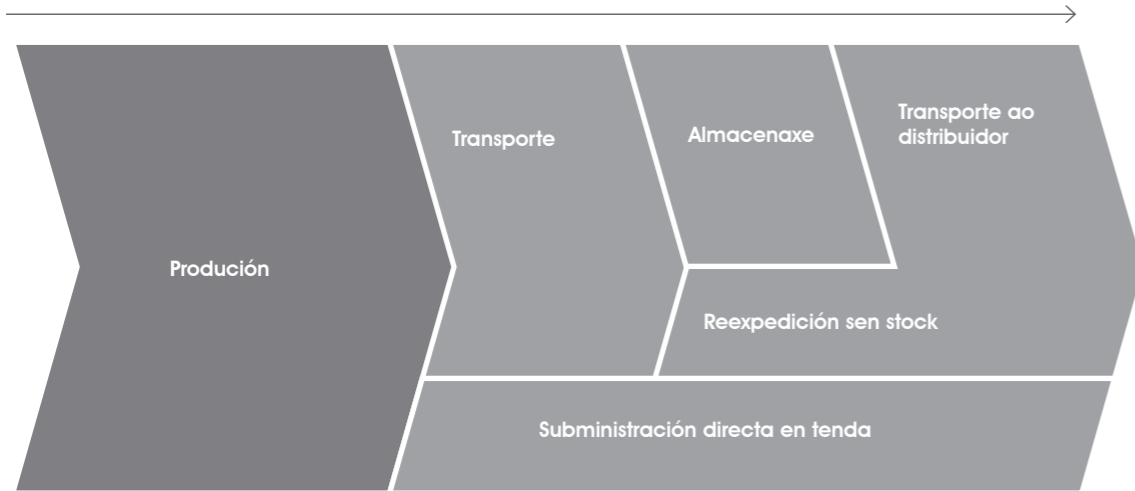


Responsabilidade

social e medioambiental como criterio para a selección das empresas provedoras.



Proveedor

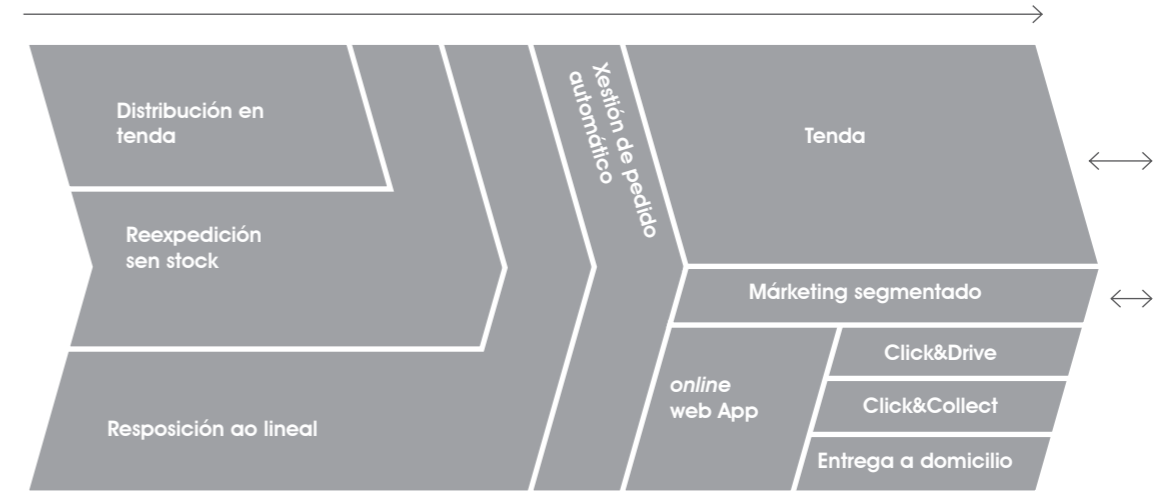


- Proxectos I+D Novos Produtos
- Colaboración Trade – Márketing
- Negociación comercial
- Xestión Administrativa

Proveedor Partner

Estándares AECOC

EROSKI



- Adecuación continua de formatos comerciais
- Xestión por categorías, solucións ao cliente
- Alianzas | Centros de compras | Autoxestión de equipos en tenda
- Xestión administrativa

Socioas e Socioas cliente
Clientes/as



- Proveedor marca fabricante
- Proveedor local
- Proveedor marca propia

Creamos riqueza na nosa contorna

201-1; 203-2; 413-1

Nosa cadea de valor aberta permítenos reforzar a diversidade do tecido produtivo agroalimentario na nosa contorna para alcanzar un sector local sustentable e facilitar á nosa clientela unha ampla gama de produtos que apostan polo prezo e a calidade.

Esta forma de facer as cousas permite xerar riqueza directamente nos distintos actores da nosa cadea de valor:

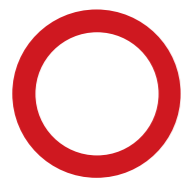
- **Nos nosos clientes** a través de ofertas personalizadas, campañas e promocións.

- **Nas nosas empresas** proveedoras a través das compras pola nosa relación comercial e da nosa política de compras e aprovisionamento que busca impulsar un sector agroalimentario sostible.
- **Nos nosos traballadores**, a través das compensacións polo seu desempeño e outras aportacións.
- **No Estado**, a través das contribucións sociais, impostos, aportacións sobre ganancias e outros tributos.
- **Na sociedade**, a través das actividades con fines sociais do Grupo e a Fundación EROSKI e as accións para a protección medioambiental que desenvolvemos.

Riqueza distribuída por EROSKI aos nosos grupos de interese (millóns de euros)

Cientes

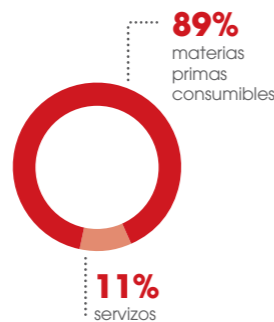
+ 347 millóns de euros transferidos a través das múltiples ofertas comerciais levadas a cabo durante o ano



100%
100% EROSKI Group

Empresas Proveedoras

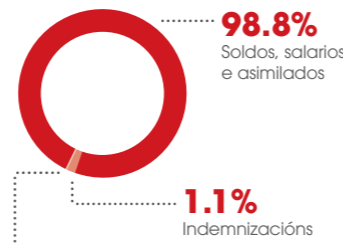
3.701 Millóns de euros



11%
servizos

Traballadores e traballadoras

482 Millóns de euros



0.1%
Aportacións a plans de aportación definida

Estado

239 Millóns de euros



6%
Tributos

Medio ambiente

24 Millóns de euros

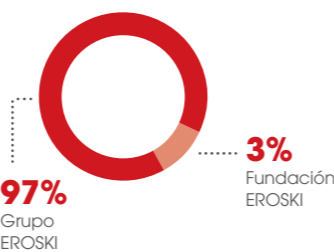


4%
Inversións destinadas a minimizar o impacto medioambiental e a protección e mellora do medio ambiente

Sociedade

13,5 Millóns de euros

destinados a fins sociais e á información dos consumidores e consumidoras



97%
Grupo EROSKI

Os nosos provedores

204-1

En EROSKI traballamos con máis de 9.800 empresas proveedoras comerciais e de servizos, cos que en 2021 realizamos transaccións económicas por un importe superior aos 3.700 millóns de euros. Isto tradúcese na comercialización de máis de 132.000 artigos diferentes no último exercicio.

As nosas empresas proveedoras son os nosos principais colaboradores e axúdannos a construír o noso enfoque e estratexia empresarial. Impulsamos a colaboración a través de 3

eixes que poñen o foco nas necesidades dos nosos clientes, a saúde e a eficiencia na loxística.

O noso compromiso co tecido produtivo nacional materialízase en que máis do 98% do gasto en empresas proveedoras corresponde a empresas situadas no territorio español. Ademais, tratamos de impulsar o consumo de proximidade, colaborando con empresas proveedoras locais e rexionais, que supoñen máis do 58% da nosa cadea de subministración comercial en España.

Provedores comerciais e de servizos por país (número)

Alemaña	30	Finlandia	1	Paquistán	2
Andorra	3	Francia	42	Polonia	1
Austria	1	Grecia	2	Portugal	46
Bangladesh	3	Holanda	17	Reino Unido	23
Bélxica	17	India	1	Singapur	1
Canadá	1	Indonesia	1	Suecia	3
China	38	Irlanda	16	Suiza	5
Croacia	1	Israel	2	Tailandia	2
Corea do Sur	1	Italia	14	Taiwan	1
Dinamarca	8	Luxemburgo	2	Turquia	1
EE.UU.	16	Noruega	5	Vietnam	2
España	9.493	Nova Zelandia	1		

Total provedores 9.803

AGECORE, a central de negociación europea

Nunha contorna altamente competitiva, onde os mercados de materias primas son globais e onde as grandes marcas líderes teñen escala mundial, en EROSKI reforzamos as nosas alianzas no mercado internacional. Son elementos determinantes que sustentan o noso posicionamento competitivo e que permiten ofrecer novas posibilidades de aforro ás persoas consumidoras.

A central AGECORE é a nosa central europea de compras, formada por EROSKI xunto a COLRUYT (Bélxica), CONAD (Italia) e COOP (Suíza). Constituímos empresas independentes que comparten unha visión estratéxica a longo prazo.

Responsabilidade social dos nosos provedores

201-1; 203-2; 413-1

Como parte imprescindible da nosa cadea de valor, entendemos todos os nosos compromisos en materia de sustentabilidade a aquelas empresas provedoras, esixindo a xestión responsable do seu persoal e potenciando aquelas empresas que implementan sistemas de xestión ambiental.

O seu obxectivo é poder ofrecer ás consumidoras e consumidores europeos unha gama de produtos máis ampla para unha maior liberdade de elección e uns mellores prezos, á vez que amplía as oportunidades de negocio para as nosas empresas provedoras.

Os principios fundamentais en materia laboral e de dereitos humanos que esiximos baséanse nos requisitos da Organización Internacional de Traballo e os Principios do Pacto Mundial de Nacións Unidas, ao que pertencemos desde 2002.

Principios fundamentais:	1.	2.	3.	4.
	Rexeitar e non practicar o traballo infantil.	Rexeitar e non practicar o traballo forzoso ou obrigatorio.	Proveer un ambiente de traballo seguro e saudable.	Respectar a liberdade de asociación e o dereito á negociación colectiva.
5.	6.	7.	8.	9.
Rexeitar e non practicar a discriminación por ningunha causa.	Rexeitar e non practicar o uso de castigos corporais, coacción mental ou física ou abusos verbais aos empregados.	Garantir o cumprimento legal sobre horas de traballo e días festivos.	Remunerar conforme á normativa legal de cada sector, garantindo que se cobren as necesidades básicas do persoal e algunha capacidade de gasto discrecional.	Implementar un sistema de xestión que asegure o cumprimento e a comunicación interna dos principios da norma.

O 100% das nosas empresas provedoras e franquizadas están sometidas a estas esixencias e condicionamos a nosa relación comercial con elas ao cumprimento pola súa parte dos dereitos humanos e laborais. Facemos un seguimento especial a aquelas empresas provedoras con maior risco, que son as pertencentes ao sector téxtil e de produtos de non alimentación localizadas en Asia. Igualmente, contamos cun regulamento interno que promove medidas para previr calquera tipo de actividade corrupta na xestión de empresas provedoras e contratadas.

Ademais, certificamos co módulo GRASP de responsabilidade social a todos os produtores de froita, hortaliza e acuicultura EROSKI Natur con selo GlobalG.A.P. Este estándar garante boas prácticas en materia de dereitos laborais e humanos, que se suman ás maiores esixencias de calidade e medio ambiente que xa dispoñían estes alimentos frescos de marca propia.

Comercio xusto

En EROSKI fomos a primeira empresa de distribución en España en incorporar produtos de comercio xusto na nosa oferta comercial e somos recoñecidos por Fairtrade International como operador lexitimado para a importación e a distribución destes produtos ca súa propia marca comercial. A gama de produtos de comercio xusto que comercializamos está composta por café, cacao, té e azucre, ademais de distintos produtos téxtiles certificados. Este selo garante o cumprimento dos criterios sociais, económicos e ambientais do comercio xusto.

Loxística eficiente

A nosa rede loxística está composta por 22 plataformas propias, aínda que para a subministración a todos os establecementos do Grupo os nosos camións transitan por un total de 33 plataformas loxísticas, incluíndo outras que pertencen a empresas externas. En total, supoñen máis de 337.000 m2 de superficie de almacén, desde onde distribuímos ata un millón de caixas diariamente.

En 2021 continuamos cun proxecto global que busca un redeseño do mapa de plataformas de produtos frescos poñendo o foco na modernización e a mellora da eficiencia da nosa cadea de valor. A estratexia principal das novas instalacións é a súa renovación física implantando tecnoloxía punteira que permita un tratamento óptimo de cada tipo de produto fresco, garantindo as condicións óptimas de temperatura, manipulación e almacenamento. Ademais, buscamos ter maior capacidade de crecemento e reducir os tempos que transcorren entre a orixe e os nosos clientes. Desta maneira, consolidamos a especialización e compromiso que temos como parte do noso modelo "contigo" para ofrecer produtos frescos da maior calidade xunto á máis ampla gama de produtos locais.

Estas novas instalacións modernas e eficientes permítenos ademais estar preparados para poder atender posibles demandas futuras dos clientes (aperturas, crecementos de gama, comercio online, máis produto local, etc.). Á modernización da loxística para produtos perecedoiros súmanse instalacións máis respectuosas co medio ambiente, a actualización da tecnoloxía con cámaras frigoríficas máis eficientes e o incremento do confort e seguridade laboral do equipo humano que traballa na plataforma. Os inmobles están construídos baixo estritos estándares de ecoeficiencia e de sustentabilidade.

Unha das pedras angulares na que se sustenta a transformación da rede loxística é a inauguración en 2021 dunha nova plataforma de distribución de frescos punteira en sustentabilidade. A planta de máis de 17.600 m2 en Júndiz, Vitoria-Gasteiz, contou cun investimento de 20 millóns de euros. Esta nova central de distribución conta cuns 150 traballadores que permiten abastecer a máis de 300 das nosas tendas en País Vasco e substituíu a dúas instalacións de frescos de menor tamaño que xestionabamos no País Vasco (Bekolarra e Júndiz).

Ademais, co obxectivo de mellorar as condicións de traballo e a eficiencia das plataformas, EROSKI automatizou as instalacións de Sigüeiro (A Coruña), que se suman ás plataformas de produto seco xa automatizadas de Elorrio (Bizkaia) e Abrera (Barcelona), así como aos procesos de preparación dos pedidos de froita e verdura nas plataformas de Madrid, Zaragoza e Mallorca.

Así mesmo, no pasado exercicio finalizáronse as obras de construción da nova plataforma de frescos de VEGALSA-EROSKI que se suma ás súas instalacións no polígono industrial de Sigüeiro. Estas instalacións son máis respectuosas co medio ambiente e optaron por un sistema de refrixeración por CO2 transcrito como substituto ao freón, xa que, o CO2 como refrixerante natural non afecta á capa de ozono. Tras a súa posta en marcha, prevista para o segundo trimestre de 2022, a compañía dispoñerá da infraestrutura loxística máis grande do sector da alimentación en Galicia, con 51.000 m².

Finalmente, a reestruturación da plataforma de Amorebieta busca o incremento da polivalencia e rendibilidade dos espazos, eficiencia operacional, enerxética e mellora social.



I Mapa de principais plataformas loxísticas que usa o grupo EROSKI



Novas plataformas ecoeficientes certificadas

As novas aperturas de centros loxísticos de Grupo EROSKI obtiveron a certificación ambiental LEED Gold, un recoñecemento internacional reservado aos edificios líderes en eficiencia enerxética. Os criterios de construción LEED Gold inclúen aforro no consumo de auga, produción de enerxía fotovoltaica e xeración de auga quente sanitaria. Tamén sistemas de monitoraxe de consumos, refrixerantes ecolóxicos, xardíns

con especies autóctonas e reciclaxe dos materiais usados na súa construción, entre outras medidas. Contan con esta certificación o centro loxístico de CAPRABO na ZAL Port do Prat de Llobregat, que alberga a xestión de todo o produto fresco, a plataforma de capraboacasa e a nova sede central, inaugurado en 2020, e a plataforma Jundiz Berria, inaugurada en 2021 en Vitoria.

Loxística sostible

En 2020, logramos a primeira estrela Lean&Green por parte da Asociación de Fabricantes e Distribuidores (AECOC) grazas a completar o noso plan de acción para reducir as emisións de CO2 das nosas actividades loxísticas en polo menos o 20% en 5 anos. Conseguimos unha redu-

ción superior ao 25% respecto a 2015 en só catro anos. Tras ese logro, propuxémonos verificar en 2022 o 30% de redución en emisións de gases de efecto invernadoiro de 2021 respecto a 2015 e, por tanto, recibir a segunda estrela Lean&Green.

Para alcanzar este novo obxectivo de redución do 10% adicional respecto ao primeiro plan de acción, desenvolvemos as seguintes iniciativas:

Aprovisionamento máis eficiente

- Reorganización da loxística coa apertura das novas plataformas de ZAL e Jundiz Berria unha nova distribución de frescos en VEGALSA-EROSKI en 2022.
- Mellora nos procesos de eficiencia para un maior incremento de enchido de camiós e redución de quilómetros.
- Colaboración con provedores para optimizar as rutas.

Vehículos e conducción menos contaminantes

- Renovación dos vehículos da flota, eliminando progresivamente os camiós máis antigos.
- Incorporación de vehículos eléctricos.
- Incorporación de vehículos con combustibles alternativos como o gas natural licuado e comprimido.
- Formación en técnicas de conducción ecolóxicas dos condutores da rede de transporte por estrada.

Plataformas máis sostibles

- Compra de enerxía verde.
- Uso de iluminación LED, detectores de presenza, robots de temperatura e aproveitamento da luz natural para mellorar a eficiencia enerxética das plataformas.
- Instalación de paneis solares para un aprovisionamento de electricidade cun menor impacto ambiental.
- Redución da cantidade de materiais de embalaxe utilizados.

Loxística inversa

- Xestión e valorización dos residuos xerados nas tendas usando para iso os mesmos camiós que retornan á plataforma, reducindo así o seu impacto en transporte. Esta medida enmárcase ademais dentro do noso obxectivo de desperdicio cero xa que permite a recollida e tratamento de todos os subprodutos orgánicos e inorgánicos para o seu correcto reciclado.

Optimización da loxística urbana

- Seguimos traballando a optimización da loxística Urbana. Traballouse en conxunto con varios concellos para acordar protocolos de descarga e validar autorizacións que melloren a mobilidade e os impactos no medio urbano.

En relación coa contaminación por ruído, incorporamos ao Modelo de distribución nocturna con camiós ecoeficientes nas zonas de Madrid, Mallorca e Caprabo. Estes vehículos ademais de reducir as emisións de CO2 e outras partículas, reducen os niveis de emisión sonora. Doutra banda, nas zonas de Zaragoza e Gran Bilbao incorporamos axudantes nas descargas para facilitalas e realizalas dunha forma máis áxil.

Os niveis de emisión sonora durante o período nocturno son máis restritivos que durante o horario diúrno. Para garantir estes niveis durante as operacións de carga e descarga, o modelo de distribución contempla unha serie de medidas adoptadas en distintas áreas. Por unha banda, en relación co local, prevese a súa adecuación para a operativa exposta: sistemas de peche, alarmas sectorizadas, illamento acústico, etc. Igualmente, tense en conta o equipamento necesario como carretilas, traspaletas silenciosas ou salva bordos. Doutra banda, fórmase e infórmase ao persoal implicado na operativa dos protocolos de traballo silenciosos que se deseñaron, diferenciando os protocolos para cada posto de traballo: persoal diúrno de tenda, persoal auxiliar nocturno e repartidores. Por último, co obxecto de corrixir desviacións, incorpóranse procesos de auditoría internos para detectalas e comprobar o cumprimento dos protocolos de traballo establecidos nos puntos de venda operativos. Moitas destas medidas trabállanse en colaboración cos concellos para garantir a súa idoneidade.

Co transporte de última milla, incorporamos un sistema de optimización de rutas para ser máis eficientes e sostibles.

Innovación para adaptarnos ás novas tendencias do sector

Durante o 2021 vimos como se consolidaban as tendencias que a pandemia acelerou en 2020. Por este motivo, en EROSKI adaptámonos ás tendencias identificadas no sector e témolas en conta nas nosas decisións estratéxicas, así como no noso posicionamento e nas actuacións diarias e de resposta aos nosos grupos de interese.

- **Dixitalización dos servizos.** Avance co crecemento orgánico, pero maior impulso pola COVID-19. Traballamos para ofrecer servizos con menos contacto físico e incremento da venda *online*.
- **Relevancia da accesibilidade e adaptación para o colectivo sénior.** Esta tendencia viuse impulsada en 2021 ante as demandas do colectivo fronte a outros sectores.
- **Impacto social** e un maior papel no desenvolvemento das comunidades locais.
- **Cadeas de subministración** máis fortalecidas, seguras, áxiles e adaptables a cambios repentinos na demanda ou ante rupturas de *stock*.
- **Promocións e estratexias de prezo.** O cliente non é alleo ás subidas dos prezos en determinados produtos e responde a promocións e estratexias de axuste calidade-prezo.
- **Aumento do consumo no fogar** debido á baixada do consumo na cantle HORECA. Isto conleva adaptacións puntuais da gama nos lineais e xera incerteza de canto tempo se debe manter.
- **Maior preferencia de consumidores cara a produtos frescos e locais,** fixándose tamén máis en temas relacionados cunha alimentación máis saudable e sostible.
- **Hábito de compra de proximidade,** con menos desprazamentos.

Desde EROSKI respondemos a estas demandas co noso modelo de innovación EKINN, que puxemos en marcha en 2019. Trátase dun conxunto de metodoloxías, ferramentas e dinámicas en clave de innovación integradas na organización para impulsar a evolución do seu posicionamento diferencial. En EROSKI apostamos ademais pola innovación aberta como un dos principais motores de cambio da organización e a colaboración con startups, centros tecnológicos, universidades, provedores e clientes é eixe fundamental da nosa forma de facer. En 2021 EROSKI destinou máis de 7,5 millóns de euros a proxectos de innovación e desenvolvemento, participado en máis de 16 iniciativas de innovación en colaboración, cinco delas en proxectos colaboración europeos con máis de 130 empresas, centros tecnológicos, universidades e startups.



Proxectos de innovación destacados en 2021

Dixitalización dos servizos

- **Scanner App.** Incorporación de ferramentas de deseño e prototipado avanzado para visualizar da información sobre os alimentos na APP de EROSKI.
- **Figital.** Uso de recoñecemento automático de voz (con tecnoloxía de analítica avanzada) orientado ao servizo de atención ao cliente.
- **Artificial Intelligence Talentum.** Desenvolvemento dunha aplicación móbil baseada na Intelixencia Artificial que permita abordar diferentes ámbitos do sistema alimentario. A iniciativa, promovida por EIT Food, está liderada polo laboratorio español de innovación e desenvolvemento Artificial Intelligence Talentum (AI Talentum) e, ademais de EROSKI, conta coa colaboración de ART21 (Lituania), empresa dedicada á innovación nos sectores da agricultura e a alimentación.
- **Innovación aberta.** En 2021 afondamos especialmente en maximizar as oportunidades xeradas da colaboración de EROSKI con contornas de emprendemento innovador e *start-ups*.

Eficiencia da cadea de valor

- **Tenda Lab Eficiencia.** Tenda laboratorio para idear solucións áxiles aos retos de eficiencia no punto de venda.
- **Industrialización e Escalado dos procesos de Punto de Venda.** Despregamento de forma rápida e áxil dos cambios nos procesos en toda a rede de tendas.

Adaptación da oferta comercial

- **Célula de Innovación de Variedade.** Desenvolvemento da nova variedade que faga de EROSKI unha marca recoñecida pola súa oferta innovadora.
- **Novos imáns.** Renovación e reavaliación das categorías que se consideran imáns na política comercial.

Desenvolvemento da contorna e sustentabilidade

- **FUSILLI.** Proxecto Horizon 2020 para impulsar a transformación dos sistemas alimentarios urbanos a través da implementación de *living labs* de innovación (bancos de probas reais).
- **FoodRUs.** Proxecto Horizon 2020 para reducir o desperdicio e a perda na cadea agroalimentaria a través dun innovador sistema colaborativo circular.
- **SISTERS.** Proxecto Green Deal para mellorar a sustentabilidade dos envases utilizados para preservar alimentos e reducir os seus impactos negativos.
- **ZeroWaste.** Proxecto Green Deal para implementar nove Systemic Innovation Living Labs (SILLs) na cadea de valor para conseguir unha sustentabilidade ambiental e económica a longo prazo.



Participación en alianzas e asociacións

102-13

En EROSKI cremos na colaboración con todos os axentes sociais para avanzar xuntos nos nosos compromisos e chegar valor conxunto aos nosos grupos de interese. Con este obxectivo, participamos activamente en alianzas e asocia-

cións, promovendo unha implicación de longo prazo e un compromiso coa colaboración. Estas son as principais asociacións ás que pertencemos desde o grupo EROSKI

Como cooperativa e asociación de consumidores

- Grupo cooperativo MONDRAGON.
- Confederación de Cooperativas de Euskadi (KONFEKOOP).
- Confederación de Cooperativas de Euskadi (KONFEKOOP). Como membros de KOONFEKOOP ademais pertencemos
 - Elkar-lan S.Coop. – Sociedade para a promoción de cooperativas
 - Instituto Vasco de Consumo (Kontsumobide)
 - Consello Superior de Cooperativas de Euskadi (CSCE-EKGK)
- Work Lan (Asociación sen ánimo de lucro para o fomento de empresas da economía social).
- Confederación Española de Cooperativas de Consumidores e Usuarios (HISPACOOP). Como membros de HISPACOOP ademais pertencemos a:
 - Confederación Empresarial Española de Economía Social (CEPES), onde tamén estamos representados como parte do Grupo Mondragon.
 - Consello Económico e Social de España (CES).
 - Consello de Consumidores e Usuarios.
 - Consello Consultivo da Axencia Española de Seguridade Alimentaria e Nutrición (AESAN).
 - European Community of Consumer Cooperatives (Euro Coop).



Ámbito empresarial

- Agrupación Balear del Comercio (ABACO).
- Asociación de Cadeas Españolas de Supermercados (ACES).
- Asociación de Comercios de Alimentación das Illas Baleares (ACAIB).
- Asociación de Directivos de Comunicación (Dircom).
- Asociación de Empresarios AGRELA.
- Asociación de Empresarios do Polígono de Sabón – Arteixo.
- Asociación de Empresas Vascas poa Sustentabilidade (IZAITE).
- Asociación Empresarial de l'Hospitalet e Baix Llobregat (AE-BALL).
- Asociación Empresarios Hostalaría A Coruña.
- Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC).
- Asociación Española de Directivos de Sustentabilidade (DIRSE).
- Asociación Española de Grandes Empresas de Distribución (ANGED).
- Asociación para o Progreso da Dirección (APD).
- Asociación Polígono do Ceao (Lugo).
- Basque Ecodesign Center (BEC).
- Bermeo Tuna World Capital.
- Cámara de Comercio de Álava.
- Cámara de Comercio de Bilbao.
- Cámara de Comercio de Mallorca.
- Centro de Investigación LEARTIKER.
- Círculo de Economía de Barcelona.
- Club financeiro da Coruña (Club Financeiro Atlántico).
- Club financeiro de Vigo (Círculo de Empresarios de Galicia).
- Cluster agroalimentario de Navarra
- Cluster agroalimentario del País Vasco.
- Cluster Alimentario de Galicia.
- Cluster Saúde de Galicia (CSG).
- Comisión de Comercio da Cámara de España (en representación de Mondragon)
- Comité regional de Agricultura Familiar de Euskadi
- Confederación Balear de Comercio (CBC).
- Confederación de Asociacións de Empresarios de Baleares (CAEB).
- Confederación de Empresarios de Ferrolterra, Eume e Ortegal.
- Confederación de Empresarios de Navarra (CEN).
- Confederación de Empresarios de Ourense (CEO).
- Confederación Empresarios Coruña (CEC).
- Confederación Empresarios Galicia (CEG).
- Consello asesor de SODENA
- ECOEMBES.
- ESADE (Universidade Ramon Llull).
- Escodi (Universidade de Barcelona).
- Federación Asturiana de Empresarios (FADE).
- Federación Patronal De Empresarios De Comercio De Baleares (AFEDECO).
- Foment del Treball Nacional.
- Asociación empresarial de comerciantes de Menorca (ASCOME).
- Fundación Abadía de Montserrat.
- Fundación AZTI.
- Fundación Basque Culinary Center.
- Fundación Impulsa Balears.
- Fundación TEIZE.
- IESE (Universidade de Navarra).
- Rede Española do Pacto Mundial.
- Retail Forum for Sustainability.
- Sociedade Económica Barcelonesa de Amigos do País (SEBAP).
- Sport Cultura Barcelona.
- 5 ao día.

3

Compromiso
cos nosos
profesionais





Cultura de compromiso

102-8

A pesar da paulatina volta á normalidade tras a situación excepcional que a pandemia ocasionou en 2020, este ano seguiu marcado pola crise sociosanitaria. Ante esta situación, todas as persoas que formamos EROSKI seguimos demostrando un alto nivel de entrega e superación para asegurar as mellores condicións de abastecemento e servizo para os nosos clientes.

A nosa cultura cooperativa e o compromiso dos nosos profesionais permitiron superar os retos e, ademais, seguir crecendo e avanzando nos nosos compromisos coa saúde e a sustentabilidade.

Esta cultura está marcada polos 10 valores esenciais do noso traballo na cooperativa:

1. Fomentamos a participación.
2. Promovemos o desenvolvemento persoal e profesional a través da mellora dos coñecementos, aptitudes e habilidades.
3. Sentimento de pertenza: estamos orgullosos de pertencer a EROSKI e buscamos as áreas de mellora.
4. Impulsamos a información e a comunicación de maneira bidireccional dentro da organización.
5. Grazas á solidariedade interna, primamos o colectivo sobre o individual e o longo sobre o curto prazo.
6. Dinamismo para adaptarse ao cambio e promover a innovación.
7. Orientados ao cliente para adaptarnos e anticiparnos as súas necesidades.
8. Melloramos continuamente as condicións do traballo para garantir unha calidade de vida adecuada.
9. Solidariedade externa para devolver á sociedade o que nos achega.
10. Os traballadores e traballadoras aspiramos ao máximo nivel de profesionalización.

Emprego de calidade

102-7; 102-8; 102-41; 401-1

Para EROSKI, a responsabilidade social é un valor compartido por toda a organización cuxa xestión se sitúa en directa dependencia da Presidencia. Nos nosos Estatutos Sociais, no Regulamento de Réxime Interno Cooperativo e no Manual de Xestión Ética recóllense os nosos compromisos en materia laboral, tanto para os nosos traballadores e traballadoras propias como de subcontratas e provedores.

A xestión de persoas na nosa organización caracterízase pola particularidade de que somos traballadores e traballadoras, pero tamén propietarios e propietarias: 9.058 persoas do persoal de EROSKI somos Socias e Socios Traballadores (o 32% do total), o que nos fai participantes na xestión cooperativa da empresa.

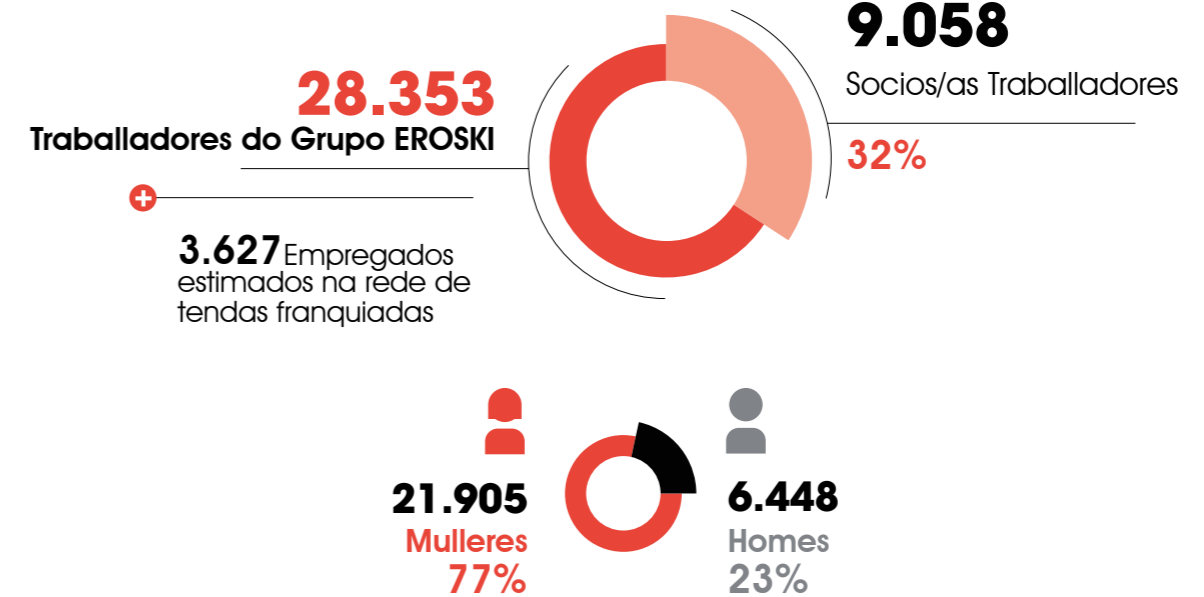
Esta condición tradúcese nun elemento diferencial do Grupo EROSKI fronte a outras empresas de distribución: unha actitude proactiva e un elevado nivel de compromiso co proxecto, que se reflicte no desempeño en todos os niveis da organización.

O emprego que creamos segue o noso modelo de xestión e o noso compromiso co persoal, coa clientela e coa propia sociedade, e por iso esforzámonos para que sexa estable e de calidade. Así, hai que destacar que máis do 78% do emprego creado por EROSKI en 2021 foi de carácter fixo. O 100% das 19.295 persoas traballadoras que non son socios cooperativistas, que supoñen o 68% do persoal total, están cubertos por un convenio colectivo.

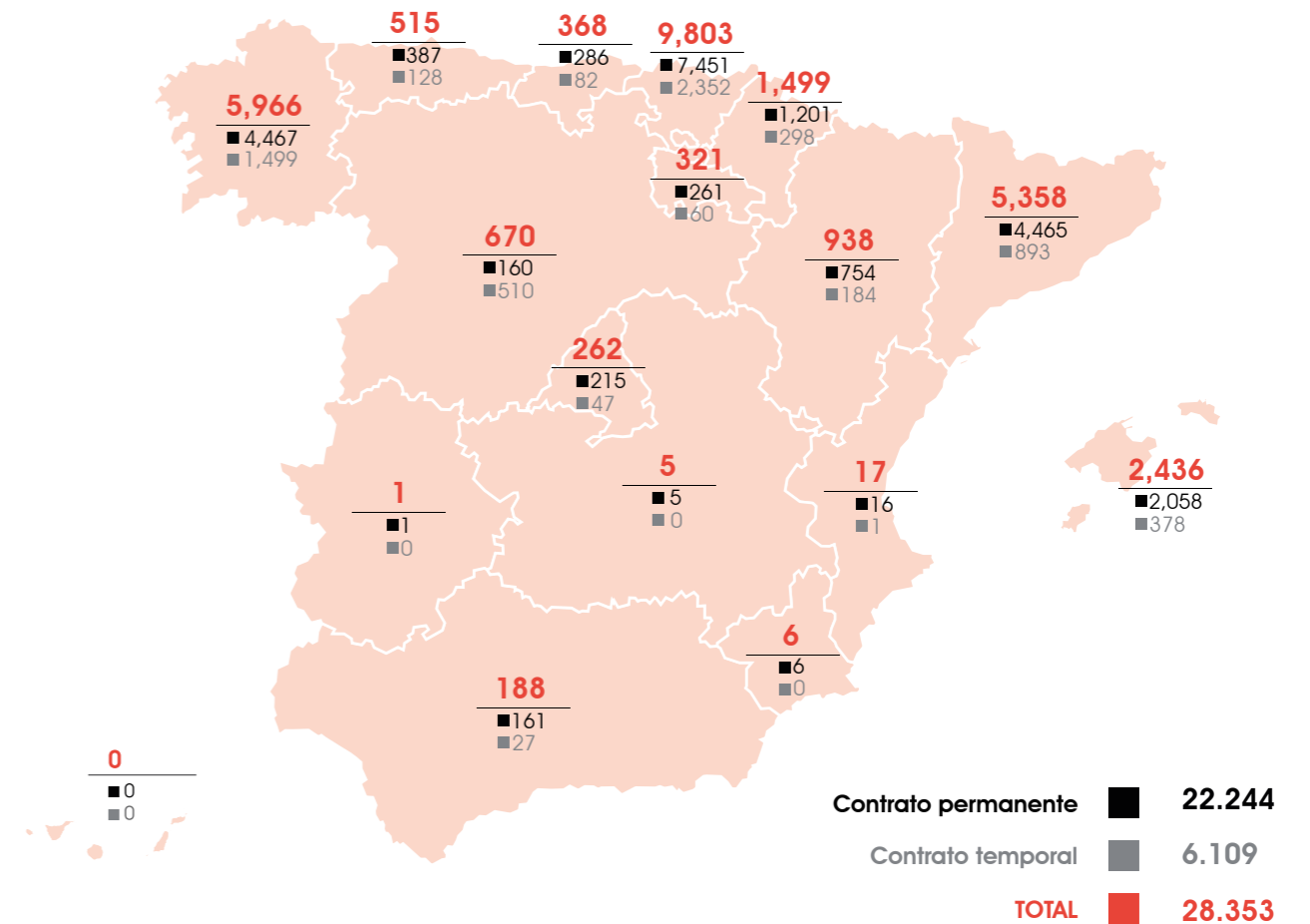
En EROSKI baseamos a xestión do noso equipo humano na responsabilidade compartida e en crear unha contorna de traballo aberto e diverso onde as persoas poidan desenvolver o seu potencial e conciliar a súa vida laboral e persoal. Os eixes da nosa xestión son:

- Solidariedade retributiva
- Igualdade e non discriminación
- Conciliación
- Saúde e seguridade no traballo
- Desenvolvemento profesional
- Inserción laboral e innovación social

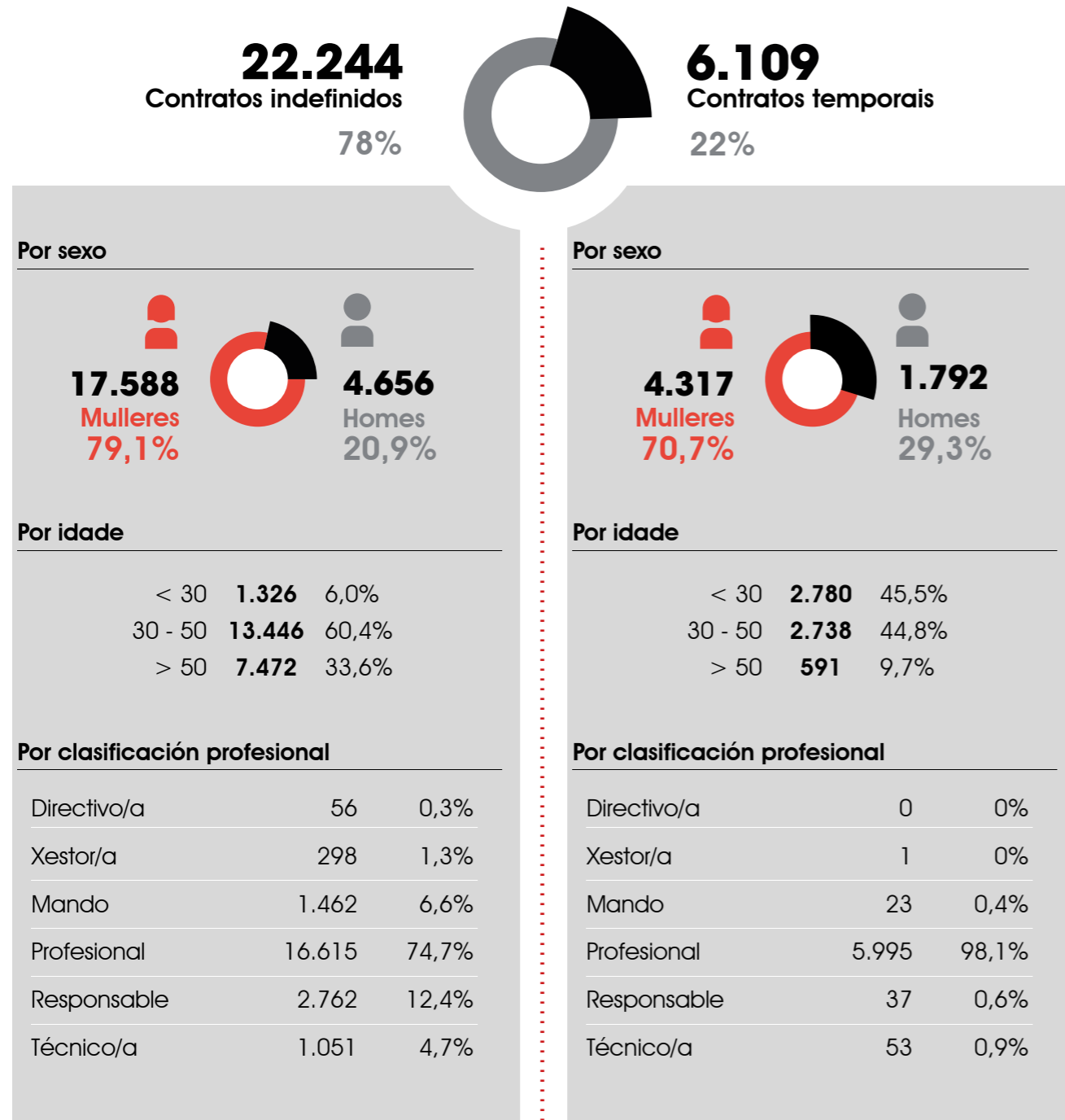
I Persoas traballadoras por xénero (número e porcentaxe)



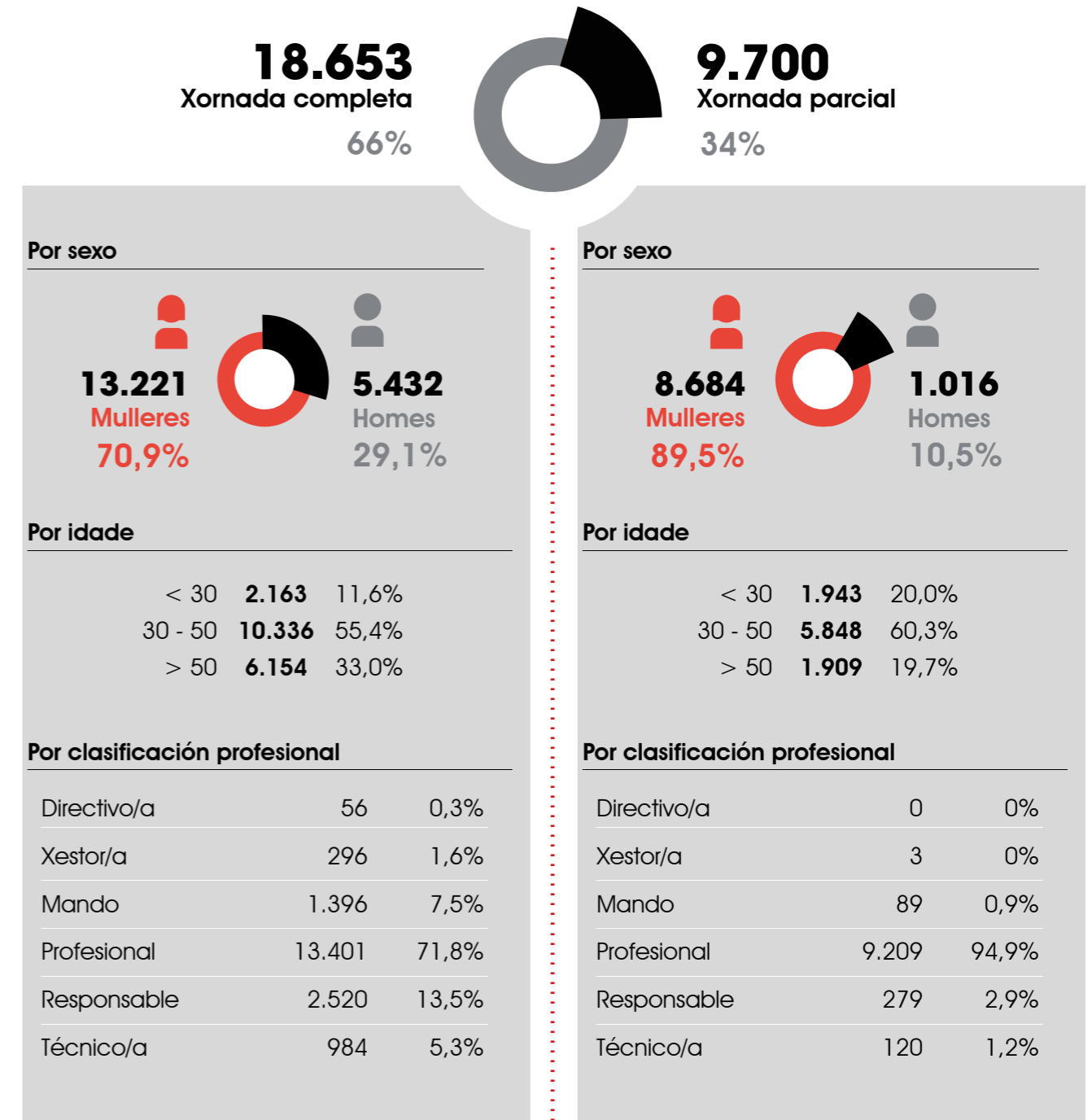
II Número de persoas traballadoras por tipo de contrato e comunidade autónoma



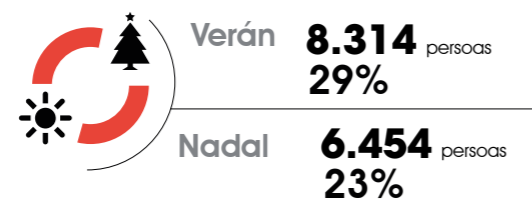
Número de persoas traballadoras por tipo de contrato, xénero, franxas de idade e categoría profesional



Número de persoas traballadoras por tipo de xornada segundo xénero, franxa de idade e categoría profesional



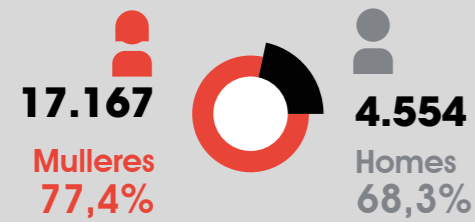
Personal temporal por substitucións



Media anual de persoas traballadoras por tipo de contrato, xénero e clasificación profesional



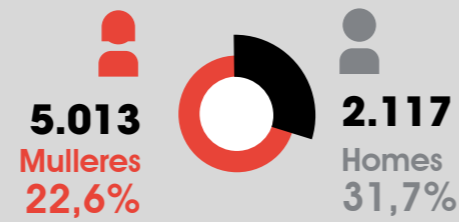
Por sexo



Por clasificación profesional

Directivo/a	74	0,3%
Xestor/a	295	1,4%
Mando	1.139	5,2%
Profesional	16.454	75,8%
Responsable	2.724	12,5%
Técnico/a	1.035	4,8%

Por sexo



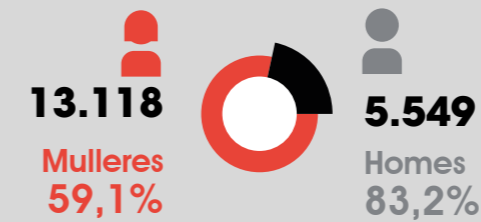
Por clasificación profesional

Directivo/a	1	0%
Xestor/a	1	0%
Mando	16	0,2%
Profesional	6.984	98,0%
Responsable	65	0,9%
Técnico/a	63	0,9%

Media anual de persoas traballadoras por tipo de xornada, xénero e clasificación profesional



Por sexo



Por clasificación profesional

Directivo/a	74	0,4%
Xestor/a	293	1,6%
Mando	1.119	6,0%
Profesional	13.665	73,2%
Responsable	2.538	13,6%
Técnico/a	978	5,2%

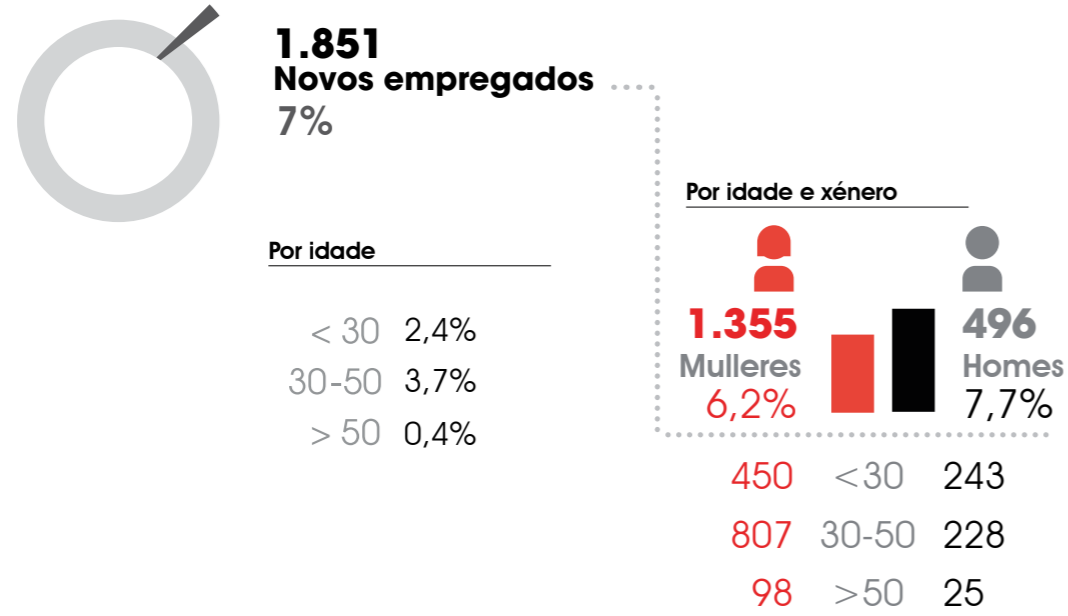
Por sexo



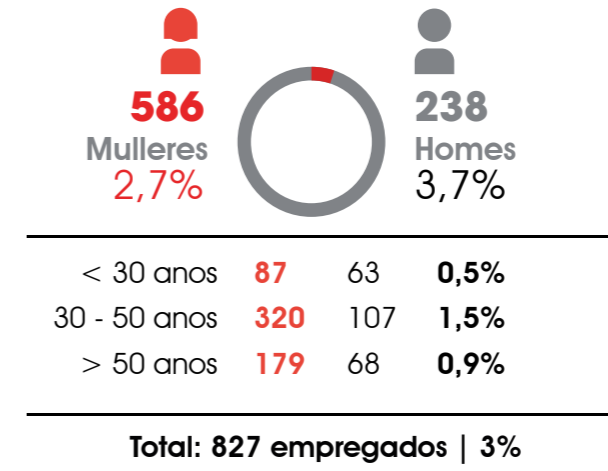
Por clasificación profesional

Directivo/a	1	0%
Xestor/a	3	0%
Mando	36	0,4%
Profesional	9.773	96,0%
Responsable	251	2,5%
Técnico/a	120	1,2%

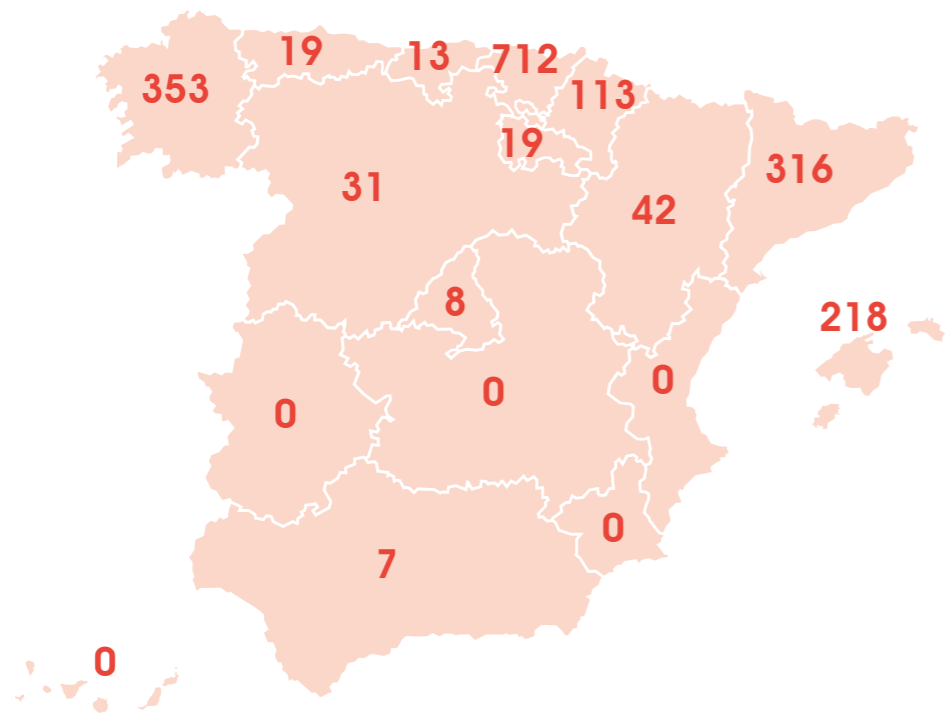
I Número e índice de contratacións segundo xénero e franxa de idade



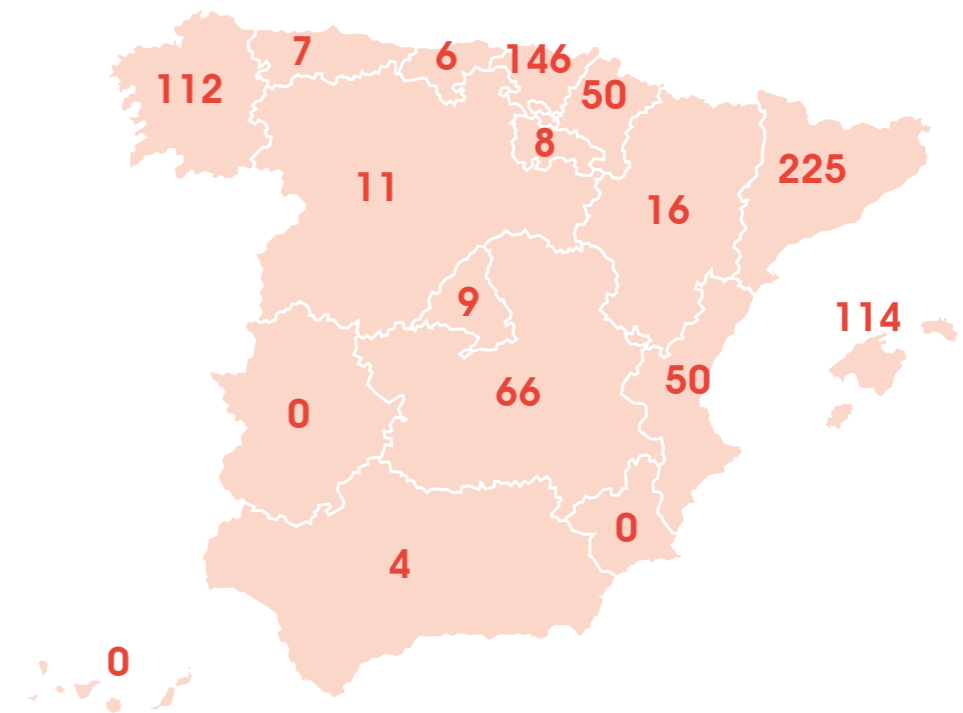
I Número e índice de rotacións (saída voluntaria, despedimento, xubilación ou falecemento) segundo xénero e franxa de idade



I Número de contratacións por comunidade autónoma



I Rotacións por comunidade autónoma (número)



I Número de despedimentos segundo xénero, franxa de idade e categoría profesional

Por sexo



Por idade

< 30	42	9,9%
30 - 50	265	62,2%
> 50	119	27,9%

Por clasificación profesional

Directivo/a	0	0,0%
Xestor/a	7	1,6%
Mando	26	6,1%
Profesional	318	74,7%
Responsable	57	13,4%
Técnico/a	18	4,2%

Solidariedade retributiva

102-35; 102-36; 102-37; 102-38; 102-39; 202-1; 405-2

Aplicamos o principio de solidariedade retributiva en toda a organización en concordancia cos nosos valores e aliñando a nosa cultura corporativa coa nosa forma de actuar día a día. Isto, a nivel interno, tradúcese nunha estreita pinza salarial entre os postos con menor responsabilidade e os de alta dirección: en concreto, en EROSKI S. Coop, o abanico salarial en 2021 foi de 8,38. Desta forma, a relación entre a compensación total que recibe a persoa con maior retribución e a mediana da compensación do resto do persoal na cooperativa é de 6,49. Esta cociente difire considerablemente das empresas do IBEX 35, onde, segundo datos de 2019, as primeiras persoas executivas perciben de media 118 veces máis retribución que o salario medio do resto do persoal.

O Comité de Valoración, nomeado polo Consello de Dirección e o Consello Social, é o encargado de definir o nivel retributivo na cooperativa, unha vez valoradas as tarefas que deben realizarse e as capacidades e competencias requiridas para cada posto de traballo. Pola súa banda, a Comisión de Nomeamentos e Retribucións é a que propón ao Consello Reitor a política retributiva da alta dirección.

A retribución en EROSKI é pública, igualitaria entre homes e mulleres, e depende do posto e non doutros factores como a antigüidade ou a negociación individual. Ademais, para permitir a captación e a retención dos recursos humanos necesarios, aplícase o principio de competitividade externa, adecuando a retribución aos niveis máis xeneralizados nas empresas do sector. Así, no caso do convenio de supermercados, o salario base mínimo é un 4,6% superior ao salario mínimo interprofesional en España.

A nivel externo, a solidariedade retributiva implica que a remuneración do Consello de Dirección é entre un 65% e un 75% inferior respecto ao valor do mercado. Así, durante 2021, a remuneración total comparable co mercado do presidente e os membros do Consello de Dirección foi, en conxunto, de 1.117.921 euros. Isto difire enormemente da realidade das empresas do IBEX 35, nas que a retribución media por conselleiro é máis de 6 veces o que percibe de media unha persoa do Consello de Dirección de EROSKI. Así mesmo, os membros do Consello Reitor, o noso órgano superior de goberno, non perciben retribución fixa ou variable algunha por este labor (excepto os custos de desprazamentos ás reunións do devandito órgano)

	EROSKI, S. Coop.	Resto de sociedades
Abanico salarial	8,38	8,22
Cociente da compensación total anual da persoa mellor paga da organización fronte á mediana da compensación total anual do resto de empregados	6,49	6,84
Incremento porcentual entre 2020 e 2021 da compensación total anual	Entre un 0,42% y 1,02% (ademais diminuíronse 61 horas de calendario anual)	1%
Cociente do incremento da compensación total anual da persoa mellor paga da organización fronte á mediana do incremento da compensación total anual do resto de empregados	0,99	1
Cociente entre a retribución media dos membros do Consello de Dirección e directivos e o resto de empregados	3,48	4,41
Cociente entre o salario base e o salario mínimo interprofesional	+28,1%	+4,6%
Brecha salarial ponderada segundo o peso de cada categoría profesional no total de traballadores	7,3%	6,5%

A retribución de referencia por categoría profesional na cooperativa é igualitaria entre homes e mulleres. A brecha salarial débese á distribución dispar de mulleres e homes nos distintos niveis de responsabilidade dentro da mesma categoría profesional, e á evolución histórica dos

índices retributivos. Espérase que progresivamente a brecha diminúa, grazas á renovación natural dos traballadores e traballadoras dentro da cooperativa e á maior presenza de mulleres en postos de maior responsabilidade dentro da mesma categoría profesional.

I Remuneración media por xénero do Consello de Dirección



I Remuneración media por xénero e categoría profesional

Categoría profesional	EROSKI, S. Coop.			Resto de sociedades		
	Mulleres	Homes	Brecha Salarial	Mulleres	Homes	Brecha Salarial
Directivo/a	74.562 €	74.747 €	0,2%	66.107 €	84.265 €	27,5%
Xestor/a	47.425 €	49.461 €	4,3%	56.365 €	58.816 €	4,3%
Mando	34.542 €	34.451 €	-0,3%	29.486 €	33.870 €	14,9%
Profesional	18.488 €	20.155 €	9,0%	16.480 €	17.206 €	4,4%
Responsable	25.261 €	25.856 €	2,4%	19.834 €	22.529 €	13,6%
Técnico/a	33.459 €	34.032 €	1,7%	28.942 €	31.649 €	9,4%

I Remuneración media por xénero e franxa de idade

Franxa de idade	EROSKI, S. Coop.			Resto de sociedades		
	Mulleres	Homes	Brecha Salarial	Mulleres	Homes	Brecha Salarial
<30	18.753 €	19.058 €	1,6%	15.271 €	15.757 €	3,2%
30-50	21.210 €	26.431 €	24,6%	17.795 €	20.378 €	14,5%
>50	21.543 €	30.760 €	42,8%	18.413 €	25.024 €	35,9%

I Brecha salarial por comunidade autónoma ponderada segundo o peso de cada categoría profesional no total de traballadores

Comunidade autónoma	EROSKI, S. Coop.	Resto de sociedades
Aragón	-	5,3%
Baleares	-	6,1%
Cataluña	-	3,3%
Galicia	-	9,0%
Navarra	-2,2%	-
País Vasco	5,8%	-

Todos os datos retributivos están calculados co 100% de xornada laboral. Móstranse os resultados por comunidade autónoma unicamente para as zonas prioritarias xa que a mostra de traballadores no resto de rexións é demasiado pequena para obter resultados da brecha salarial.

Igualdade e diversidade

405-1

Acabar coas desigualdades supón un proceso de cambio directamente relacionado coa nosa cultura cooperativa e igualitaria. Neste sentido, EROSKI réxese polo principio de non discriminación xa previsto nos seus estatutos fundacionais en relación co xénero, a raza, a orientación sexual, as crenzas relixiosas, as opinións políticas, a nacionalidade, a orixe social, a discapacidade ou calquera outra característica que puidese orixinala.

Desenvolvemos un concepto de igualdade amplo integrado na estratexia EROSKI "contigo", cuxos piares son:

- Todas as persoas coas mesmas oportunidades.
- Todas as persoas coas mesmas responsabilidades.
- A cultura de empresa e o seu impacto na igualdade.
- O desenvolvemento da saúde e o benestar como eixe estratéxico integrado no concepto de igualdade.

Neste contexto, a igualdade de oportunidades entre mulleres e homes é un principio básico e estratéxico da xestión da organización e intégrámola no noso día a día.

Para iso, contamos desde 2005 cunha Comisión para a Igualdade, responsable da realización e a actualización periódica do Diagnóstico e o Plan para a Igualdade de Mulleres e Homes de EROSKI, e co Observatorio de Igualdade, unha ferramenta para velar polo cumprimento deste principio en toda a organización.

Representantes das persoas socias de traballo da cooperativa compoñen esta comisión, que se renovou en 2021 e que conta con seis áreas de traballo: uso da linguaxe, eliminación de barreiras físicas e de saúde, eliminación de barreiras sociais, desenvolvemento persoal e profesional e conciliación da vida persoal e profesional.

Ademais, contamos cunha canle de denuncia e, desde 2015, cun protocolo contra o acoso sexual no traballo que ofrece dun servizo de asesoría confidencial para evitar posibles casos e canalizar calquera incidencia.

Ademais, EROSKI é unha organización comprometida na loita contra calquera manifestación de violencia cara ás mulleres. Na cooperativa contamos cun protocolo propio de violencia de xénero, polo que nos comprometemos a protexer ás socias traballadoras vítimas de violencia de xénero por encima do que establece a lei.

No ano 2021, ademais das actuacións de acompañamento, axudas económicas e facilidades laborais que xa ofreciamos, engadimos máis coberturas económicas para as traballadoras e os seus fillos e fillas. En concreto tomáronse as seguintes medidas:

- Unha cobertura económica específica para aquelas socias vítimas de violencia de xénero que decidan suspender ou extinguir a súa relación societaria coa cooperativa.
- A consideración de orfandade absoluta aos fillos e fillas da socia en caso de falecemento desta por violencia de xénero.
- Incorporación de limitacións de prestacións para a persoa condenada por causar lesións ou a morte dunha socia, a cal non pode ser beneficiaria nin perceptora de prestacións como auxilio a discapacitados, asistencia sanitaria, auxilio por defunción, entre outras.

Ademais, en 2021 continuamos realizando un seguimento periódico de revisión do Plan de Igualdade, que inclúe os seguintes piares e accións destacadas este ano:

- **Campaña solidaria** través do programa de doazón Céntimos Solidarios en marzo a favor das mulleres e infancia vítimas da violencia de xénero. Recádáronse máis de 193.000 euros a favor da Fundación Ana Bela, a Fundación Mulleres co seu Fondo de Bolsas Soledad Cazorla, Cruz Vermella e a Fundación Surt.
- **Campañas de sensibilización** o 8 de marzo, o Día Internacional do Orgullo LGTBI, o Día da Violencia de Xénero e o Día Mundial da Loita contra a Sida.
- **CÓMPLICES** dialoga sobre dicir "non" ao establecido no encontro anual organizado polo Programa para a Igualdade de Grupo EROSKI, este ano en Donostia-San Sebastián. Os seus protagonistas foron o reporteiro de guerra Antonio Pampliega, a guitarrista e compositora flamenca Antonia Jiménez e a humorista Patricia Sornosa.
- **Mulleres que Contan** é un programa de EROSKI para divulgar historias reais de mulleres que contribúen a avanzar na saúde e a sustentabilidade dos nosos produtos e a sociedade, cuxos vídeos están dispoñibles na web.

Como mostra do noso compromiso pola igualdade, cabe destacar que o 77% do noso persoal son mulleres, e son elas as que ocupan o 74% dos postos de responsabilidade en 2021, porcentaxe moi superior á media do sector.

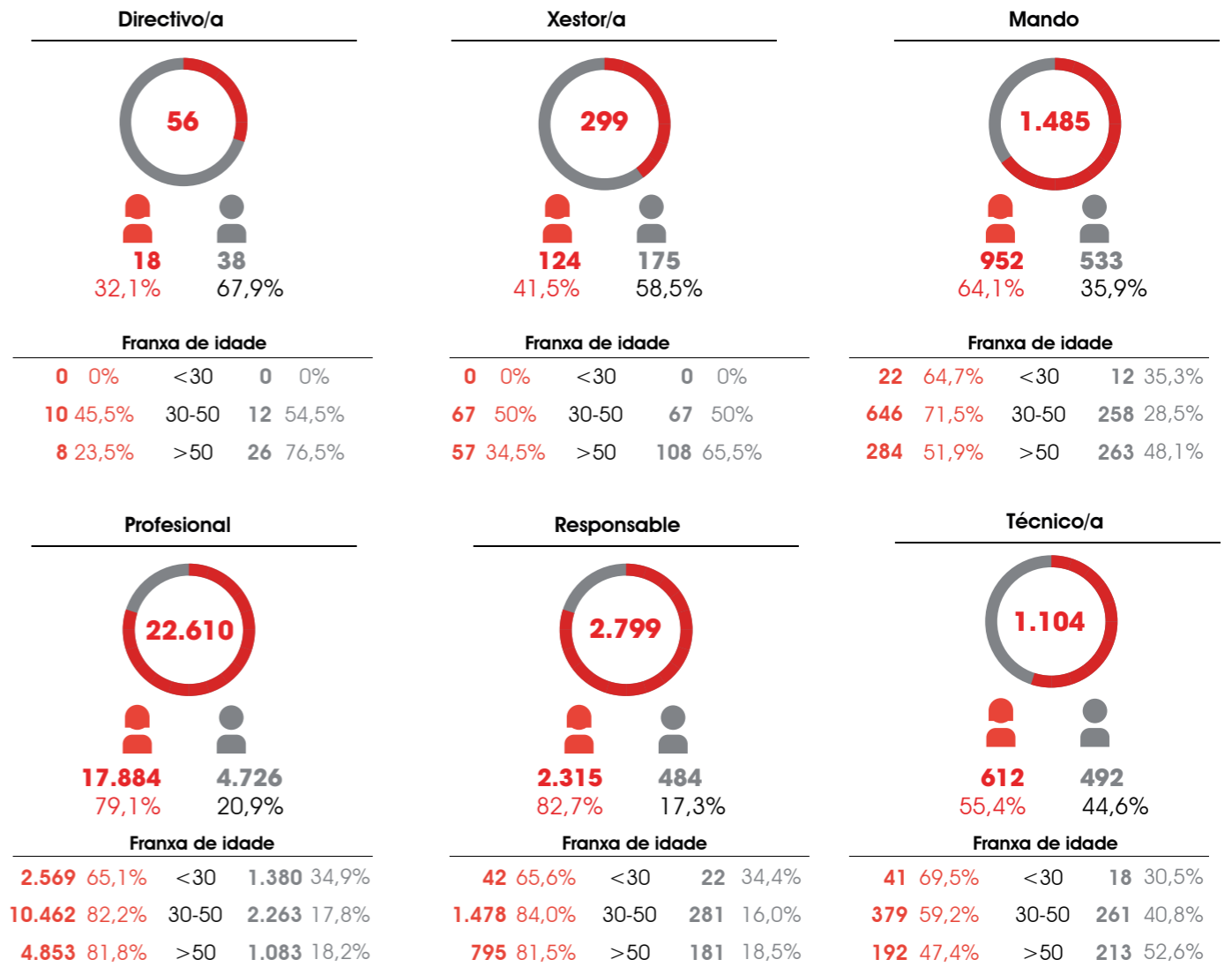
Así mesmo, a presenza de mulleres é tamén maioritaria nos órganos de goberno corporativo. En 2018 alcanzouse a paridade no máximo órgano de goberno de EROSKI, S. Coop., o Consello Reitor. Desde 2021 a Directora Xeral de EROSKI é unha muller, Rosa Carabel, que foi destacada polo Grupo Prensa Ibérica como unha das 20 directivas españolas que van liderar o cambio.

Premio + Cooperativas, + Igualdade de Konfekoop

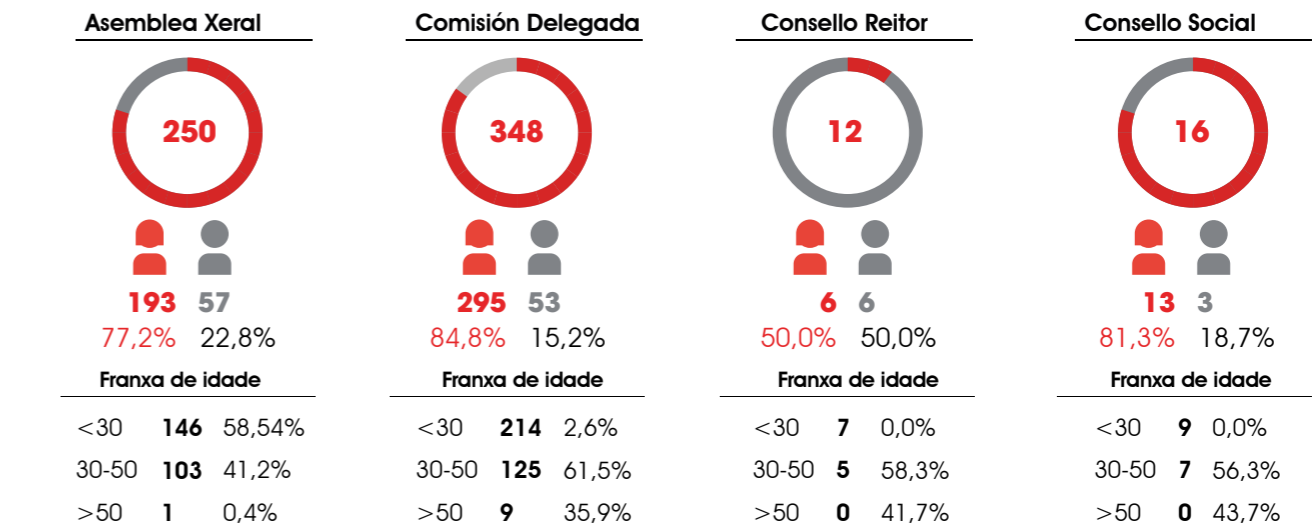
O compromiso transversal pola igualdade de EROSKI, que abarca medio século de historia foi merecedor do premio +Cooperativas, +Igualdade, uns recoñecementos á visibilidade das mulleres nas cooperativas que, por primeira vez, entrega A Confederación de Cooperativas de Euskadi, Konfekoop.



I Distribución persoas traballadoras por xénero, franxas de idade e categoría profesional



I Distribución por xénero dos órganos de goberno



Conciliación

401-3

Unha das áreas de traballo do noso Plan de Igualdade é a conciliación da vida persoal e profesional. Neste ámbito, EROSKI conta con permisos adicionais aos que a lexislación establece e impulsa contornas e horarios de traballo que permitan un equilibrio entre a vida persoal e profesional. Así, ademais de dispoñer da posibilidade de reducir a xornada ou coller excedencias por garda legal ou coidado de familiares, EROSKI atende tamén as particularidades doutros proxectos persoais das súas traballadoras e traballadores, ofrecendo a posibilidade de reducir a súa xornada sen cau-

sa manifesta e mantendo o dereito para recuperar a xornada laboral completa unha vez finalizado o período de redución, ou concedendo excedencias temporais voluntarias con reserva de postos de traballo para proxectos de colaboración con ONG ou outros plans de desenvolvemento persoal.

Así, durante o pasado exercicio, 3.948 persoas acolléronse a unha redución de xornada ou excedencia, que corresponde ao 14% do persoal.

I Distribución por xénero de permisos parentais

	Mulleres	Homes	Total
N.º total de persoas que se acolleron ao permiso parental en 2021	320	244	564
N.º total de persoas que regresaron ao traballo en 2021 despois de terminar o permiso parental	176	163	339
Taxa de regreso ao traballo (porcentaxe de persoas que regresaron tras finalizar o seu permiso en 2021)	79,6%	85,8%	82,5%
N.º persoas que continúan en EROSKI 12 meses despois de reincorporarse tras un permiso parental en 2020	243	135	378
Taxa de retención (porcentaxe de persoas que continúan en EROSKI 12 meses despois)	91,0%	84,4%	88,5%

I Distribución por xénero de persoas traballadoras con redución de xornada segundo causa

	Mulleres	Homes	Total
Persoas con redución de xornada por garda legal	2.336 97,3%	66 2,7%	2.402
Persoas con redución de xornada por coidado de familiares	278 94,2%	17 5,8%	295
Persoas con redución de xornada voluntaria	56 94,9%	3 5,1%	59

I Distribución por xénero de persoas traballadoras con excedencia segundo causa

	Mulleres	Homes	Total
Persoas con redución de xornada por garda legal	215 94,7%	12 5,3%	227
Persoas con redución de xornada por coidado de familiares	53 98,1%	1 1,9%	54
Persoas con redución de xornada voluntaria	654 71,8%	257 28,2%	911

Saúde e seguridade no traballo

403-1; 403-2

En EROSKI temos o compromiso de protexer e mellorar a saúde do noso persoal, desenvolvendo para iso un labor proactivo en materia de seguridade e saúde.

Actuamos nos ámbitos da prevención, formación e fomento da saúde, melloramos de forma continua os nosos sistemas de prevención de riscos laborais e intégrámoslos na xestión global da empresa.

Prevención de riscos laborais

403-1; 403-2; 403-4; 403-5; 403-7

Contamos cun Servizo de Prevención de Riscos Laborais propio, con carácter mancomunado, para todas as sociedades do Grupo. As especialidades das que se ocupan son: seguridade no traballo, hixiene industrial e ergonomía e psicocioloxía aplicada. A vixilancia da saúde realízase a través de servizos de prevención externos.

Ademais, as traballadoras e traballadores participamos na identificación de riscos e melloras das condicións laborais con propostas á cadea de mando e aos Comités de Saúde e Seguridade (que operan en diferentes ámbitos) e outros órganos de representación societaria, nos que todas as persoas empregadas por EROSKI están representadas polos seus delegados e cos que se cobre o 100 % dos temas relacionados coa saúde e seguridade no traballo.

Ao longo de 2021 leváronse a cabo accións para previr os riscos laborais do persoal, entre as que destacan:

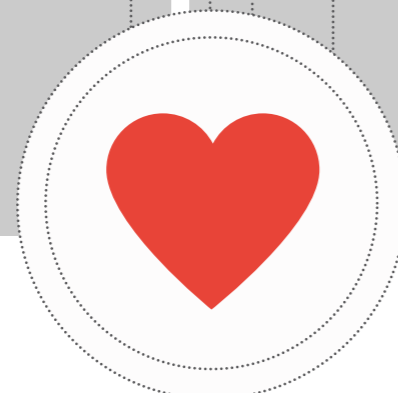
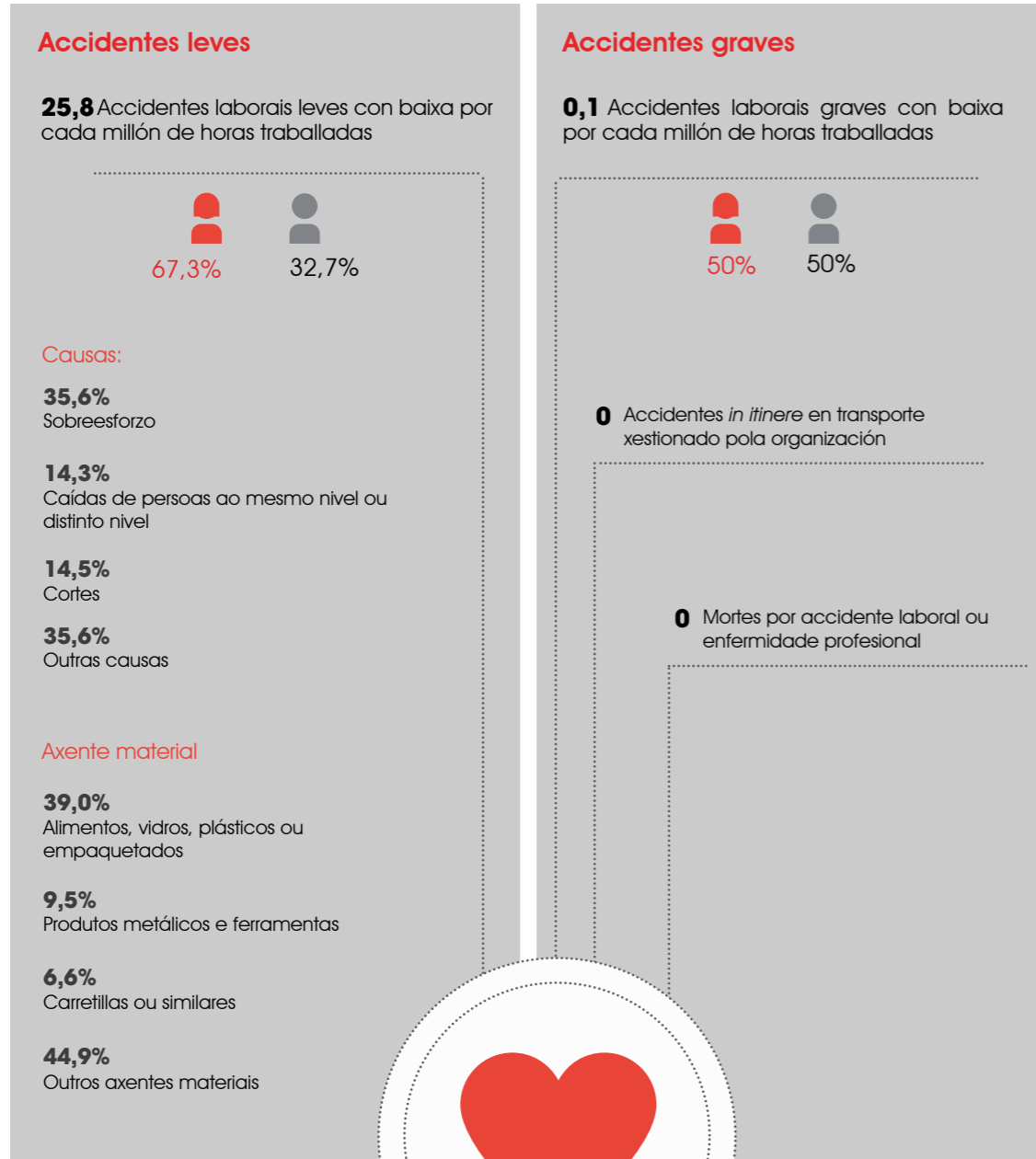
- Auditorías externas regulamentarias en todos os negocios.
- Revisión e actualización dos plans de prevención dos distintos negocios do grupo, así como das avaliacións xerais de riscos e avaliacións ergonómicas de diferentes postos ou tarefas.
- Auditorías internas de prevención e inspeccións programadas. Destas últimas encárganse os equipos inspectores dos propios centros, que ademais realizan un seguimento posterior das accións correctoras propostas para reducir e mellorar as anomalías detectadas.
- Simulacros de emerxencia con e sen evacuación, nos propios centros de traballo.

- Medicións das condicións ambientais naqueles centros onde se identificou problemática por iluminación, temperatura ou humidade.
- Formación. Impartíronse cursos básicos de prevención e formacións específicas sobre riscos no posto de traballo ou de actuación en emerxencias.
- Seguimento da accidentabilidade e resolución das accións correctoras.
- Revisión dos Equipos de Protección Individuais (EPIs).
- Campañas de sensibilización en prevención de riscos laborais.

I Taxa de accidentes laborais por tipo

Accidentes rexistrables

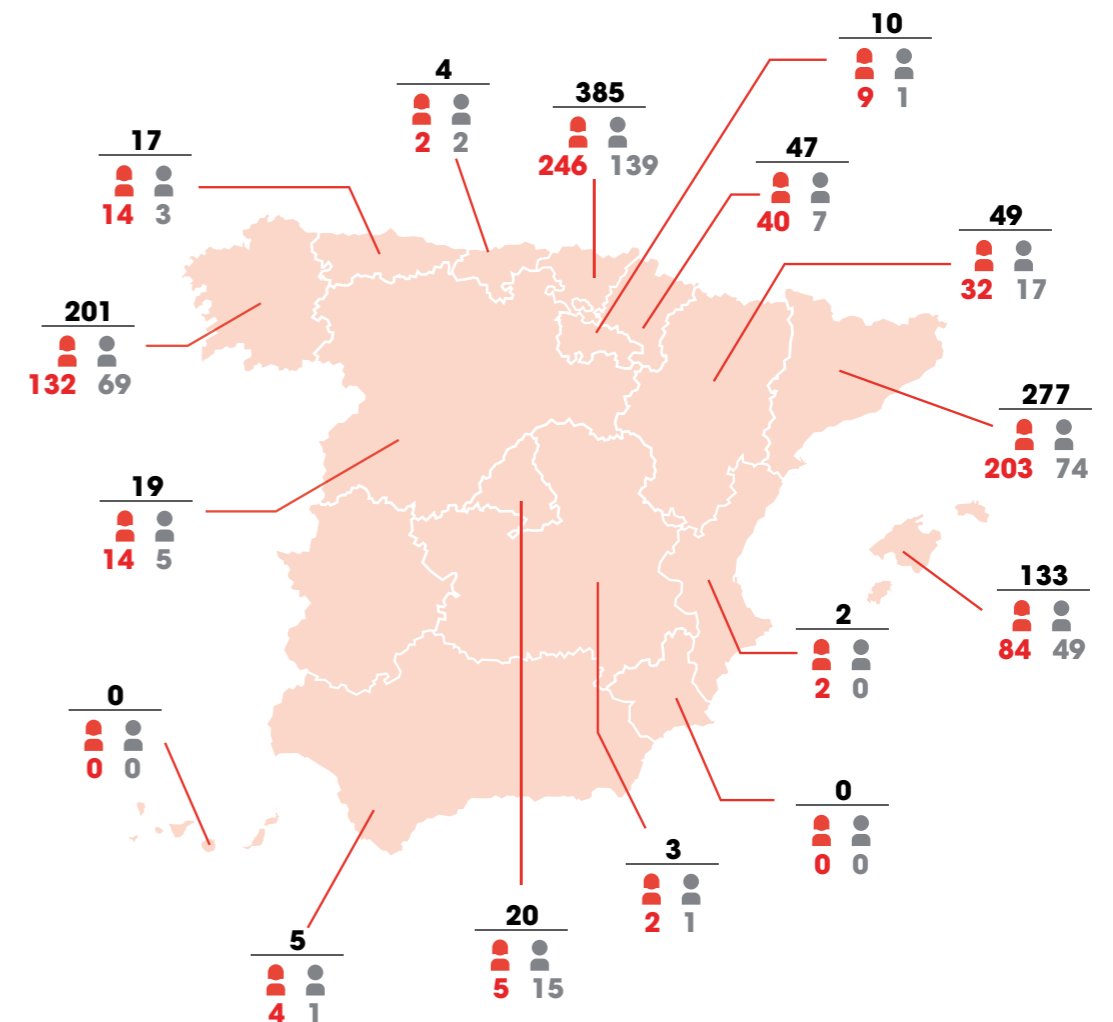
25,9
Accidentes laborais rexistrables (leves e graves) con baixa por cada millón de horas traballadas



I Distribución de accidentes leves con baixa por comunidade autónoma

Accidentes leves

1.172
Accidentes leves rexistrados.



Os 4 accidentes graves con baixa tiveron lugar na Coruña, Bizkaia, Navarra e Zaragoza.

I Taxa de formación en prevención de riscos laborais

Tipos de formación	
Inicial ou específico riscos do posto	70,7%
Básico PRL	18,5%
Manexo Equipos de traballo	5,3%
Instrucións de traballo	0,4%
Outros programas formativos	5,1%

43.329
Horas de formación en PRL

1,5
Horas de formación por cada traballador/a

Vixilancia da saúde

403-3; 403-9; 403-10

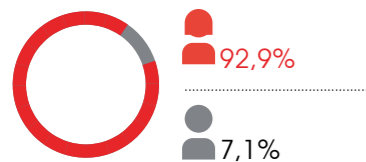
En EROSKI temos a especialidade de vixilancia da saúde concertada cun servizo de prevención alleo encargado dos seguintes tipos de recoñecementos médicos: de ingreso, periódicos en función do risco do posto, tras baixas de longa ausencia, obrigatorios en postos concretos, en embrazos e valoracións médicas de persoal sensible.

Doutra banda, e en canto á continxencia profesional, revisamos e coordinamos coa mutua todos os casos considerados como enfermidades profesionais.

I Taxa de enfermidades profesionais

1,2

Enfermidades profesionais con baixa por cada millón de horas traballadas



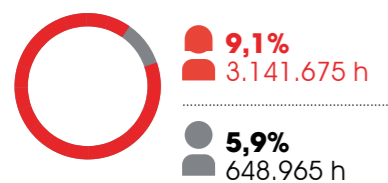
I Taxa de absentismo laboral

8,3%

de absentismo laboral (porcentaxe horas ausencia por enfermidade, enfermidade profesional e accidente laboral/ horas teóricas de traballo)

3.790.640

horas de absentismo



Medidas de prevención e protección nos nosos centros de traballo pola Covid-19

No marco da pandemia que continua en 2021 aínda que con menor incidencia, a nosa primeira preocupación sempre foi garantir a saúde e seguridade dos seus equipos e clientes. Por iso, en relación coa crise sanitaria da COVID-19, leváronse a cabo, entre outras, as seguintes actuacións para a protección do noso persoal:

- Mantemento dos protocolos de actuación COVID-19 elaborados en 2020, aplicándoos segundo o que se trasladou en cada momento desde o Ministerio de Sanidade e organismos autonómicos.
- Seguimento do protocolo de actuación en caso de persoas con síntomas da enfermidade e ante casos positivos de coronavirus.
- Mantemento das medidas físicas de protección e sinalización nos centros de traballo, así como de medidas de hixiene para a prevención do contaxio.
- Limpeza diaria con produtos desinfectantes, así como limpeza correctiva en caso de positivo entre o persoal empregado.
- Comunicación ao área sanitaria do servizo de prevención alleo contratado para a vixilancia da saúde os casos confirmados positivos COVID-19 e os posibles contactos estreitos dos mesmos para a súa investigación ata o 1 de xaneiro de 2022.

Desenvolvemento profesional

404-1; 404-2

En EROSKI estamos comprometidos co desenvolvemento dos nosos profesionais, tanto en tendas como en estruturas, plataformas ou outros negocios diversificados.

Integramos o enfoque de Desenvolvemento e Formación no contexto da planificación estratéxica de persoas e no marco da propia estratexia da organización. Sen persoas capacitadas e que entendan a organización e aos seus mercados, e que visualicen e sexan capaces de despregar as tácticas, non é viable o fin estratéxico. O talento das persoas acompaña e fai posible a estratexia.

E facémolo desde o compromiso na aposta polo desenvolvemento e xestión do talento interno como vía principal de crecemento e de substitución. Axuda ás persoas para buscar os seus máximos desenvolvementos e crecemento profesional posibles, favorecendo un variado ecosistema de aprendizaxe e predispoñendo tamén á propia persoa na responsabilidade no seu crecemento profesional e adecuación continua ao posto.

Todo iso a través de accións avaliativas e de desenvolvemento, sendo coherentes os avances individualizados cos plans de carreira organizacionais, a fin de lograr a maior achega posible desde as persoas á estratexia actual e futura da organización.

Este ano 2021 destináronse 1.581.909 euros a programas formativos, un incremento do 77% sobre o orzamento do 2020, o que supón 176.297 horas totais dedicadas á capacitación dos nosos traballadores e traballadoras; este dato equivale a unha media de 6,11 horas de formación por persoa.

O número de horas de formación incrementouse nun 60,9% respecto a 2020, cun total de 66.748 horas máis. É o noso segundo ano traballando o desenvolvemento profesional en plena pandemia e o noso ritmo vaise normalizando respecto aos anos anteriores. Isto require seguir adaptando o noso modelo de aprendizaxe a novos métodos que permiten impartilos de forma remota nas modalidades non presenciais, adaptando as ferramentas tecnolóxicas e dixitais, así como os recursos de aprendizaxe asociados.

O total de horas de formación mediante as canles de formación en liña en 2021 é de 43.686 horas, sendo o dobre as horas dedicadas a esta modalidade respecto ao 2020. As horas formativas dedicadas a través de modalidade en liña representaron un 25% das horas totais do ano. Aínda e todo, sen deixar de lado as medidas de seguridade, seguimos adaptando as formacións presenciais tomando as restricións pertinentes en cada fase da pandemia. Iso levounos a poder conseguir un incremento en horas presenciais do 51% respecto a 2020.



Programas de formación destacados en 2021

403-3; 403-9; 403-10

✓ Acción formativa ORAIN en sedes de EROSKI

ORAIN é a denominación de acción formativa que se desprega nas sedes do Grupo. Integra formacións presenciais e en liña a todos os colectivos e en moi diferentes ámbitos de coñecementos. É un programa que vén sendo referente da formación en sedes durante moitos anos consecutivos.

✓ Acompañamento Comités Dirección

Durante todo 2021 foron cinco os Comités Dirección en sede Elorrio que tiveron acompañamento externo para a monitoraxe e mellora das súas dinámicas de traballo. Este enfoque de traballo continúa en sucesivos anos.

✓ Programas Summa en sede de EROSKI e Especialización Retail en sede CAPRABO

A través de ambos programas preténdese preparar perfís técnicos para dar o salto a funcións de xestión. Son enfoques formativos que unen intensidade e esforzo na aprendizaxe coa participación e compromiso das persoas escollidas de cada área. Ao longo de 2021, un total de 25 persoas dedicaron 958 horas á formación na aula e 60 aproximadamente, por persona, á aprendizaxe a través de proxectos.

✓ Escolas de Frescos en Punto de Venda

Continuamos en 2021 co enfoque de "Escolas" para Profesionais Frescos en Tendras. Exponse para as diferentes seccións de Frescos e tamén para diferentes niveis ("resh Master é a Escola que busca profesionalizar con maior nivel aos especialistas e facer deles verdadeiros expertos na súa sección).

✓ Formación Modelo Cooperativo

Traballamos a través de varias formacións o noso modelo cooperativo e o estilo de dirección pretendido. Destacan os programas orientados á formación de delegados do Consello Social na Cooperativa, o programa formativo de acollida para novos socios/as denominado "Singular", formacións a membros de Consello Social e Consello Reitor, así como o programa de "Liderazgo Societario", cuxo obxectivo é xerar contextos que desenvolvan persoas protagonistas e responsables no seu papel de propietarías da Cooperativa. En total abarcamos 3.813 horas de formación nestes ámbitos.

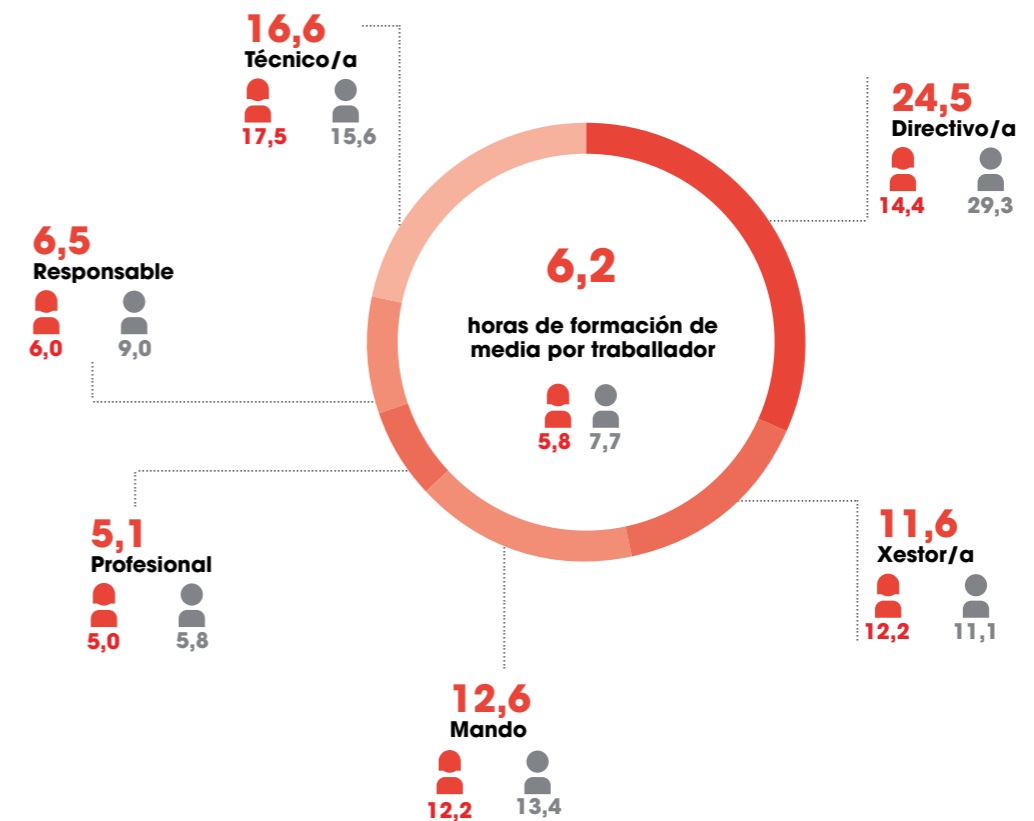
✓ Desenvolvemento Directivo e Xestión do Talento

Mantemos o foco na xestión do talento, como un facilitador que permite a EROSKI dispoñer das persoas e equipos necesarios e garantir as capacidades adecuadas para cubrir a estratexia actual e futura, a fin de asegurar a súa posición competitiva a través da incorporación e desenvolvemento do talento en posicións directivas. Traballamos individualmente cun total de 63 persoas en funcións directivas e con máis de 20 persoas nun "Pool de Potenciais". Suman as súas horas de desenvolvemento individualizado un total de 1.370 horas de formación.

✓ Programa Imos para Mandos do Punto de Venda

O programa Imos está dirixido aos novos responsables de área de frescos e alimentación e caixas de supermercados, a fin de que adquiran os coñecementos necesarios para a súa nova función. Nas diferentes convocatorias de 2021 acudiron 32 persoas.

I Horas medias de formación por xénero e categoría profesional



I Número de horas de formación das persoas traballadoras segundo xénero e categoría profesional

	Mulleres	Homes	Total
Directivo/a	259	1.112	1.370
Xestor/a	1.518	1.951	3.469
Mando	11.649	7.121	18.769
Profesional	88.591	27.554	116.144
Responsable	13.813	4.358	18.171
Técnico/a	10.685	7.690	18.375
Total	126.514	49.783	176.297

Promoción profesional

404-3

Entendemos a promoción como un proceso natural na vida profesional das nosas traballadoras e traballadores, e baseado na capacitación profesional e na calidade do

desempeño. Neste sentido, en 2021 promocionouse o 0,9% do noso persoal, o que corresponde a 257 persoas, das cales un 72% eran mulleres.

Número e porcentaxe de persoas con avaliación periódica do desempeño e desenvolvemento profesional

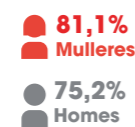
13.961

Persoas avaliadas



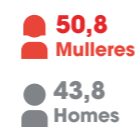
80%

Persoas avaliadas respecto ás suxeitas a avaliación



49%

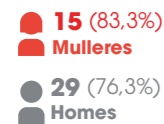
Persoas avaliadas respecto ao total empregados



Persoas avaliadas e porcentaxe respecto ao total de traballadores por categoría profesional e xénero

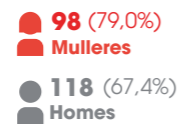
44

Directivo/a



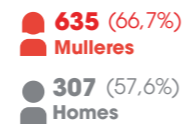
216

Xestor/a



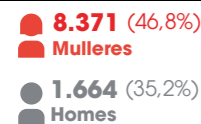
942

Mando



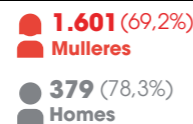
10.035

Profesional



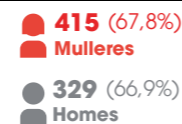
1.980

Responsable



744

Técnico/a



Krea: cultura cooperativa de innovación e autoxestión

Os Premios de Recoñecemento Corporativo Krea á innovación interna premian o enxeño e as iniciativas innovadoras dos equipos internos de todos os negocios de Grupo EROSKI.

Tras 8 anos de andaina, os premios Krea convertéronse nun sementeiro de ideas disruptivas levadas á práctica capaces de estimular a creación de novas solucións e coa vocación de estenderse a toda a organización. As ideas premiadas, coherentes co marco estratéxico vixente, contribúen a afianzar aínda máis os principios e piares que mellor definen a nosa identidade organizativa e o posicionamento perseguido no sector.

Na presente edición, e a pesar das dificultades derivadas da pandemia, a participación mantívose nos estándares de cantidade e calidade previos á Covid-19.

Estruturada en tres categorías, Xuntos, Clientela e Tenda Segura, as ideas acumuladas na andaina dos Krea xa suman máis de 1.300 candidaturas presentadas. Moitas das gañadoras en todo este tempo transcenderon ao ámbito da tenda que a impulsa para terminar estendéndose a toda a rede de tendas.

Emprendedoras e emprendedores franquizados

Aquelas Socias e Socios Traballadores que desexen ter o seu propio negocio de supermercado EROSKI poden acollerse ao noso Programa "contigo" en Franquía, onde lles ofrecemos condicións especiais, un supermercado chave en man, formación especializada, vantaxes e servizos personalizados, así como ferramentas avanzadas para a xestión das súas tendas e o respaldo dunha marca de confianza como EROSKI. Ademais, contamos con acordos con entidades de financiamento e coa Confederación Española de Novos Empresarios (CEAJE), para así darlles apoio e impulsar o emprendemento.

Este ano inauguráronse 65 franquías das cales máis da metade corresponderon a franquizados que xa tiñan tendas connosco, o que demostra a estabilidade e a fortaleza das tendas franquizadas de EROSKI. O 96% dos nosos franquizados recoméndanos e agradece o asesoramento e apoio que lle damos cos nosos equipos.



Inserción laboral e innovación social

406

En EROSKI estamos comprometidos e apostamos pola integración de diferentes colectivos no mercado laboral. Colaboramos cos servizos de emprego público e con centros da rede do ministerio de educación, para incorporar, a través da formación ocupacional, novos estudantes en desemprego e persoas en risco de exclusión social.

Colaboramos no ámbito nacional con organizacións como Cruz Vermella, Cáritas ou a Fundación Incorpora da Caixa. E no ámbito autonómico con organizacións como Gureak, Erroak-Sartu, Ilundain, entre outras.

En 2021, destacan os seguintes programas de inserción laboral:

- **Programa de especialización de frescos no sector retail**

Este programa xorde no ano 2018 desde a necesidade de inserir persoal especializado nas áreas de frescos e poder dar resposta aos retos do noso Plan Estratégico. Os alumnos e as alumnas pertencen ao Ciclo de Grao Medio de Cociña e Gastronomía de diferentes Escolas de Hostalería. O programa iniciouse o 7 de xuño do 2020 finalizando o 30 de xuño do 2021, cun total de 1.535 horas de formación impartidas. Dos 14 alumnos participantes un 67% obtiveron un contrato laboral en EROSKI.

- **Programa de empregabilidade**

Este programa ten como obxectivo impulsar e realizar unha formación que contribúa ao desenvolvemento persoal e profesional das persoas desempregadas, co fin de mellorar a súa empregabilidade e a súa promoción na nosa empresa. Os cursos van dirixidos ás seccións de peixaría, carnicaría e chacinaría e a súa finalización o alumnado obtén unha titulación homologada. No ano 2021 impartimos 6.000 horas de formación a 50 alumnos e alumnas, dos cales un 58% conseguiron inserirse laboralmente na nosa empresa.

Supermercados inclusivos

EROSKI continúa estendendo o modelo de empregabilidade para persoas con discapacidade que comezou a desenvolver en 2015 xunto a Gureak, en 2017 xunto a Ampans en CAPRABO e en 2019 con Soltra en VEGALSA-EROSKI. Esta iniciativa busca dar novas oportunidades á inclusión laboral de persoas con capacidades diversas. En 2021 mantivéronse os seis supermercados inclusivos franquitados existentes na rede.

Así mesmo, potenciamos a inclusión social na nosa cadea de valor. Por iso colaboramos con provedores como Freshcut en Galicia, fabricante da marca Galifresh, e a Fundación Ampans en Cataluña, comercializadora dos queixos Muntanyola, que promoven a inserción laboral de persoas con discapacidade intelectual, enfermidade mental e en situación de vulnerabilidade. VEGALSA-EROSKI segue mantendo o seu acordo de colaboración coas cooperativa Mulleres Colleiteiras para a recollida e a xestión de aceite usado na súa rede de establecementos da provincia da Coruña, para favorecer a protección do medio ambiente e a inserción laboral de mulleres en risco de exclusión social.

Distribución de persoas traballadoras con discapacidade segundo xénero e categoría profesional

	Mulleres	Homes	Total	Respecto ao total de persoas con discapacidade (%)
Directivo/a	0	1	1	0,3%
Xestor/a	0	2	2	0,6%
Mando	9	5	14	3,9%
Profesional	202	111	313	87,2%
Responsable	17	6	23	6,4%
Técnico/a	4	2	6	1,7%
Total	232	127	359	

Accesibilidade nos nosos supermercados

Respecto á accesibilidade dos nosos supermercados para os clientes, os nosos establecementos cumpren coa legalidade vixente nesa materia. Todos os proxectos de apertura e reforma son aprobados tras a comprobación da autoridade competente. Así mesmo, o noso modelo considera algunhas melloras para as persoas con mobilidade reducida: balanzas máis baixas en froita, mostradores de información con rebaixe de altura e carros especiais.

En 2021 seguimos avanzando para garantir unha compra inclusiva nos nosos centros para as persoas con discapacidade visual. No marco do programa EROSKI Inclusive e coa colaboración de Fundación ONCE, os empregados de VEGALSA-EROSKI recibiron formación especializada para a atención a este colectivo. Ademais, publicouse a "Guía de Atención ao Cliente Con Discapacidade Visual", para proporcionar aos equipos de tenda das súas ensañas pautas básicas para poder prestar o apoio necesario aos clientes con discapacidade visual. Tamén nos adherimos ao programa

ma Rede Espazos Sen Barreiras da Deputación de Málaga para crear espazos accesibles para persoas con autismo e outras necesidades cognitivas.

Destacamos tamén a iniciativa de innovación "A Hora Para Ti" do centro Pérez Cepeda de VEGALSA-EROSKI, galardoada nos nosos Premios Krea, que implantou co obxectivo de atender as necesidades especiais do colectivo de persoas con Trastorno do Espectro Autista e adaptar as instalacións da tenda durante un período concreto ao día para que poidan realizar unha compra segura. Durante unha hora, dous días á semana, redúcese a carga sensorial dos estímulos como a megafonía, a música, a intensidade da iluminación e os sons en caixa. Ademais, colocáronse pictogramas, xa que o uso de imaxes supón un apoio visual que axuda as persoas con TEA a entender certas dinámicas como o embolsado da froita, así como a localizar produtos nos corredores.

4

Compromiso
coa
calidade
e a saúde





Saúde desde a nosa oferta comercial

416-1

Proporcionar unha alimentación saudable e equilibrada a todos os consumidores é o noso obxectivo primordial como organización. Non só realizamos unha escolta activa das súas necesidades, senón que desenvolvemos diversas actuacións para asegurar a calidade de todos e cada un dos nosos produtos, así como para educar na prevención de determinados problemas de saúde vinculados a hábitos alimentarios, de entre os que destacan o sobrepeso e a obesidade, especialmente a infantil.

En EROSKI apostamos por unha oferta comercial baseada en produtos capaces de garantir unha alimentación equilibrada e segura, e que, ademais, cubra os requirimentos nutricionais de colectivos con necesidades específicas como as persoas con enfermidade celíaca, entre outros.

Ademais, para garantir que as nosas propostas en saúde e alimentación responden ás necesidades e prioridades ás que apunta a comunidade científica, contamos cun órgano asesor: o Comité Científico da Fundación EROSKI, composto por profesionais independentes especializados en saúde e renovado en 2020, que nos guía e orienta na definición da nosa estratexia a medio e longo prazo para alcanzar o noso compromiso coa alimentación saudable e sostible. Este comité, que se reúne polo menos unha vez ao ano, axúdanos a abordar con máis garantías de éxito a estratexia de Saúde e Sustentabilidade para os próximos anos.

Membros Do Comité Científico

- Dra. Marta Arroyo, do departamento de Farmacia e Ciencias dos Alimentos da Universidade do País Vasco (UPV/EHU).
- Juan Carlos do Olmo, Secretario Xeral de WWF.
- Dr. Jordi Salas (URV), Profesor distinguido e Director da Unidade de Nutrición do Departamento de Bioquímica e Biotecnoloxía da Universidade Rovira e Virgili, Coordinador da Unidade de Obesidade Mórvida do Hospital Universitario Sant Joan de Reus, principal investigador do Programa de Nutrición do Instituto Carlos III e Director do Centro Catalán do Instituto de Estudos Cataláns.
- Dr. Bittor Rodríguez, do departamento de Farmacia e Ciencias dos Alimentos da Universidade do País Vasco (UPV/EHU).

En 2021, ademais, participaron na reunión do Comité sobre sustentabilidade ambiental Celsa Peiteado, Responsable do Programa de Alimentos de WWF, e Felipe Fuentes, Coordinador de Proxectos Agricultura e Estándares de Produción Agroalimentaria de WWF.



Calidade e seguridade alimentaria

102-11, 416-1

O Modelo de Xestión de Calidade do Grupo EROSKI é o proceso clave para garantir un produto seguro para o cliente. Estrutúrase nun conxunto de normas, procesos, procedementos, ferramentas e definicións, que, relacionados entre si ao longo de toda a cadea de valor, garanten que os

produtos que comercializamos cumpran con todas as garantías en materia de seguridade alimentaria.

En 2021 cubrimos a actividade prevista no noso plan de auditorías e plan de control de produto.

Auditorías a puntos de venda e plataformas

Garantimos a calidade e hixiene en todos os nosos puntos de venda e plataformas loxísticas mediante un protocolo exhaustivo de auditorías de calidade. No exercicio 2021 leváronse a cabo 938 auditorías nos nosos puntos de venda e plataformas que incluíron controis de:

- Mantemento da cadea de frío e calidade na cadea de subministración.
- Hixiene e limpeza das instalacións.
- Sistemas de trazabilidade para todos os produtos.
- Calidade microbiolóxica dos produtos.
- Sistema de xestión de alertas alimentaria e retirada de produto.
- Sistemas e ferramentas de control da calidade.

En caso de detectarse algún tipo de incidencia durante as auditorías, establecemos as accións correctoras e plans de seguimento necesarias para a súa mitigación.

Auditorías a provedores

Como parte da nosa cadea de valor, estendemos os nosos estándares de calidade e requisitos de produto aos nosos provedores.

- Impulsamos o cumprimento de estándares de calidade e seguridade a nivel europeo, como o certificado International Food Standard (IFS).
- Establecemos requisitos máis rigorosos para os produtos frescos, pola importancia das súas condicións de produción, conservación e transporte.
- Realizamos auditorías e implementamos os plans de acción necesarios no caso de que se detecten non conformidades. Unha vez emendadas, e tras superar a auditoría correspondente, o provedor poderá ser homologado.

- Desde 2018 contamos cun programa específico de auditorías para o sector primario (sector cárnico, hortícola e peixe).

En 2021 realizamos auditorías en 343 plantas de produción de provedores de marca propia. O 87% de todos os nosos provedores auditados superaron satisfactoriamente a avaliación. O resto aplicou as medidas correctoras necesarias ou deixou de estar homologado como provedor de EROSKI. Ademais, auditamos 46 plantas de produción de provedores doutras marcas, cun 61% de auditorías satisfactorias.

Controis analíticos de produtos e servizos

Garantimos dobremente a calidade dos nosos produtos e servizos grazas a controis analíticos exhaustivos adicionais aos realizados polas empresas provedoras e fabricantes. En 2021 analizáronse 22.906 mostras, das que o 98% ofreceron un resultado satisfactorio. Pódense diferenciar tres tipos de análises:

- **Químico:** garante a ausencia ou presenza nas cantidades adecuadas de substancias relevantes para a saúde e a seguridade.
- **Microbiolóxico:** garante a ausencia de patóxenos, a hixiene e frescura dos produtos e instalacións.
- **Xenético:** identifica especies animais e vexetais e detecta organismos xeneticamente modificados (OXM).

I Mostras por programa analítico analizadas en 2021

Programa analítico	Analíticas realizadas	Programa analítico	Analíticas realizadas
Aceites	135	Manipulados Carnizaría	536
Ácidos graxos trans	10	Manipulados Chacinaría	2.170
Acrilamida	156	Máscaras	5
Auga	100	Metais pesados	103
Alérxenos	486	Micotoxinas	65
Análise sensorial comparativa Froita	594	Microbioloxía en queixos	22
Carburantes	170	Microbioloxía xeneral PATOXENOS e HIXIENE	268
Comparativos OCU	12	Mel	12
Contaminantes	69	Migración de envases	18
Control de listeria en superficies	2.712	Moluscos bivalvos	16
Control de superficies en tendas	5.650	Non Alimentación	714
Droguería e Cosmética	203	OXMs	36
Envasados propios	397	Perfil tipo de graxa	140
Estudo reclamacións	12	Preparados de carne/comida	1.879
Estudos de vida útil	962	Residuos fitosanitarios	698
Froita Natur Físico químicos	371	Residuos medicamentosos carne-pesca	229
Xeo	183	Salmonella	385
Histamina	33	Seguimento Froita e Vexetais MGF	22
Ovos	63	Stands Sushi	114
Humidade xamóns	8	Turróns	62
Identificación de especies	64	Verificación Ficha Técnica	712
Leite	39	Zumes	355
Listeria	195	Total	22.906
Locais de risco	1.207	Total analíticas NON satisfactorias	440
Manipulados	514	% analíticas NON satisfactorias	2%

Alimentación sa e equilibrada

416-1

No noso compromiso irrenunciable coa saúde imos máis aló de garantir a seguridade alimentaria dos produtos que comercializamos. Queremos ofrecer opcións de consumo máis equilibradas e saudables. Para iso, revisamos e me-

lloramos constantemente a súa ficha técnica seguindo as recomendacións establecidas polos expertos en saúde.

Mellora nutricional do produto

En EROSKI traballamos na composición de todos os nosos produtos para mellorar permanentemente o seu perfil nutricional.

para o coidado da contorna, provocando deforestación e perda de biodiversidade, como ocorre en países como Indonesia ou Malaisia.

En 2021 destaca a eliminación da graxa de palma en todos os nosos produtos de marca propia. A culminación deste obxectivo implicou catro anos de traballo de máis de 100 persoas para reformular 308 produtos en colaboración con 43 fabricantes.

Ademais da eliminación da graxa de palma, desenvolvemos tamén estas liñas de acción para a mellora nutricional dos nosos produtos:

O reto foi lograr produtos igual de zumarentos, esponxosos e tenros, pero máis saudables, con alternativas como o aceite de xirasol alto oleico. Ao longo de todo este tempo fixemos innumerables probas con varias graxas e ingredientes en distintas proporcións a través de ensaios e esixentes catas. Un intenso traballo, realizado de xeito conxunto polos técnicos de EROSKI e os equipos de I+D, Calidade e Producción dos nosos provedores.

- Reducir a presenza daqueles nutrientes relacionados coas patoloxías máis xeneralizadas na nosa sociedade (enfermidades cardiovasculares e a obesidade). En 2021 conseguimos que máis do 73% da nosa gama de marca propia teña unha valoración Nutri-Score A, B ou C.

A diferenza doutros aceites de orixe vexetal, o de palma contén unha elevada cantidade de ácidos graxos saturados: case o 50%, fronte ao 16% do aceite de oliva. E unha dieta rica en graxas saturadas está relacionada con enfermidades cardiovasculares. Doutra banda, o monocultivo da palma para a obtención da graxa de palma tamén pode afectar ao medio ambiente. En ocasións o seu monocultivo intensivo realízase sen ningún control nin medidas

- Fomentar as vendas de produtos de marca propia con maior calidade nutricional, expresada a través de etiquetaxe nutricional frontal Nutri-Score. Os produtos A, B e C supuxeron o 81% das unidades vendidas e o 72% das vendas totais dos produtos con Nutri-Score, o que supón un incremento de 2,13 e 1,44 puntos porcentuais respecto dos datos de 2020, respectivamente.

En 2021 contamos con 106 produtos baixos en graxa, 66 baixos en azucres, 30 baixos en sal e 103 altos en fibra

Menús saudables

En desenvolvemento do noso compromiso de facer alcanzable para todas as persoas unha alimentación saudable, en 2021 lanzamos unha iniciativa que ofrece aos consumidores un plan de menús saudables a un euro por persoa. Estes menús, estruturados segundo os patróns alimentarios da dieta mediterránea, abundan en produtos frescos dos grupos de alimentos cuxa inxesta debe ser frecuente na nosa dieta. No caso dos alimentos procesados, son en todos os casos produtos cualificados coas letras A e B en Nutri-Score. Inclúe unha planificación das catro comidas diarias para dúas semanas, así como receitas paso a paso para algúns dos pratos propostos.



Información sobre o contido e equilibrio nutricional dos produtos

417-1

En EROSKI somos conscientes do valor da información ofrecida ás persoas consumidoras como un elemento esencial para a defensa e protección dos seus intereses, xa que só así poden tomar decisións informadas e acordes ás súas necesidades. Por esta razón, ofrecemos unha información ampla, completa e veraz sobre o seu contido e sobre a importancia de manter unha alimentación saudable.

En todo momento, cumprimos coa lexislación existente en materia de etiquetaxe para cada tipo de produto e coas esixencias e políticas da nosa marca propia, incluíndo información adicional con pictogramas que facilitan a identificación de alérxenos e sistemas de información nutricional como o Semáforo Nutricional e o Nutri-Score. Se, por algún erro na cadea de produción, se producira algún erro relativo á seguridade do produto ou á información provista no

seu envase, o produto retírase da venda de maneira inmediata segundo o noso estricto protocolo. Estas revisións e os exercicios de escoita aos consumidores permítenos optimizar como incorporar a información na etiqueta para que sexa máis facilmente comprendida pola clientela.

Ademais de na etiquetaxe, tamén traballamos para mellorar a información contida en folletos, carteis de tenda e web. Así, adecuamos a nosa publicidade en produtos infantís ao Código de correulación da publicidade de alimentos e bebidas dirixida a menores, prevención da obesidade e saúde (Código PAOS), incluído dentro da estratexia NAVES da Axencia Española de Seguridade Alimentaria e Nutrición.

Sistema de información nutricional avanzado de EROSKI: Nutri-Score e Semáforo Nutricional

En 2018, tras unha escoita a máis de 10.000 persoas, fomos pioneiros coa inclusión da etiquetaxe Nutri-Score, que este 2021 culminamos. En total 1.900 produtos de marca propia contan con esta etiquetaxe que está dispoñible en todos os envases de marca propia susceptibles de levalo.

Ademais, este ano publicamos a análise desenvolta tras máis de dous anos de implantación da etiquetaxe nutricional. A mostra analiza a evolución das vendas de ao redor de 2.000 produtos en máis de 1.300 puntos de venda e constata que Nutri-Score inflúe favorablemente na elección de produtos de alimentación envasada máis saudables, sen que haxa retroceso nas categorías de produto fresco.

A etiquetaxe Nutri-Score, que conta coa validación do Ministerio de Consumo, é un gráfico ou semáforo que clasifica os alimentos envasados con cinco letras asociadas a cinco cores segundo a súa composición nutricional, da A verde escuro e a B verde claro (para os máis saudables) ao D laranxa e a E vermella (para os de menor calidade nutricional), pasando polos C de cor amarela, nunha posición intermedia. Este permite ás persoas consumidoras coñecer de maneira sinxela a valoración nutricional global de cada produto e así poder comparalo con outros semellantes e elixir mellor, sen perder a información detallada por nutriente que hoxe lle proporciona o semáforo nutricional.



O Nutri-Score complementa o semáforo nutricional dispoñible nos nosos produtos de marca propia desde 2007. Esta ferramenta facilita controlar a cantidade de calorías, graxas, azucres ou sal da dieta en caso de necesidade por algún motivo de saúde (diabetes, hipertensión, sobrepeso...). Así, pódese ver a cantidade que unha porción do alimento achega dese nutriente en concreto, e interpretar facilmente se esa cantidade é baixa, moderada ou relevante. Do mesmo xeito que o Nutri-Score, este sistema de cores sempre se atopa na parte frontal do envase, proporcionando información sobre a cantidade de calorías e sobre os catro nutrientes máis relevantes en relación coa saúde (graxa, graxa saturada, azucre e sal) por cada ración de consumo.

Informe nutricional baseado nas compras

EROSKI Club conta cun programa pioneiro de saúde que ofrece gratuitamente información personalizada e incentivos para unha alimentación e unha compra máis saudable e equilibrada a todos os nosos Socios e Socias Cliente. En 2021, máis de 29.000 persoas utilizaron o noso servizo de información nutricional baseado nas súas compras rexistradas na tarxeta EROSKI Club.

Este informe ofrece unha análise detallada e personalizada de como se axustan as compras do fogar ás recomendacións da dieta mediterránea. A súa finalidade é orientar ao cliente sobre os alimentos, cantidades e frecuencia de consumo que tanto el como demais membros do fogar necesitan para manter unha alimentación equilibrada. O programa Ekilibria foi recoñecido en 2019 co Premio NAVES

outorgado pola Axencia Española de Seguridade Alimentaria e Nutrición (AESAN) á Iniciativa empresarial polo seu compromiso coa alimentación saudable.

Ademais, ao longo de 2021 enviouse desde EROSKI Club de maneira periódica información e actividades relacionadas coa saúde a máis de 550.000 Socios e máis de 38.000 participaron activamente en retos relacionados cunha alimentación saudable.

Así mesmo, colaboramos con iniciativas de fomento de hábitos saudables como a FiraGran 2021, o Salón das Persoas Maiores de Cataluña, no que CAPRABO apoiou a gran camiñada "Camiñar pola Saúde e o Benestar" mediante a entrega de augas e pezas de froita aos participantes da actividade, dirixida a maiores de 60 anos.

Necesidades nutricionais específicas

De maneira especial, somos sensibles a necesidades específicas en alimentación derivadas de enfermidades que afectan a algunhas persoas como a celiaquía, as alerxias ou as intolerancias alimentarias. Traballamos para que a nosa oferta de produtos para elas sexa segura, suficiente para unha compra ordinaria e sempre cun nivel adecuado de prezo.

Mantemos unha comunicación fluída con diferentes entidades e colectivos que as representan, como a Federación de Asociacións de Celíacos de España (FACE) e as respectivas asociacións das Comunidades Autónomas en que operamos, ou a Federación Española de Diabetes (FEDE), para coñecer de primeira man as súas demandas e preocupacións e ampliar a nosa gama de alimentos para dar unha resposta adecuada as súas peticións. Ademais, colaboramos con estas entidades para dar visibilidade e concienciar sobre a súa enfermidade mediante distintas campañas de sensibilización.

En 2021 renovamos os Convenios de Colaboración coas asociacións de celíacos do País Vasco, A Rioxa, Cataluña e Navarra. En total, durante 2021 máis de 2.200 socios destas catro Asociacións beneficiáronse dos devanditos Convenios que inclúe, entre outros, un 20% de desconto na compra de máis de 200 referencias elaboradas especificamente sen glute.

Actualmente, e froito do noso compromiso coas necesidades específicas deste colectivo, seguimos traballando para mellorar a oferta de produtos sen glute tanto da nosa marca propia como de marcas doutros fabricantes, contando actualmente con máis de 2.700 produtos sen glute, deles ao redor de 2.100 de diversas marcas e máis de 550 produtos garantidos sen glute da nosa marca propia.

Igualmente, desde fai máis dunha década, ademais de cumprir co Real Decreto 2220/2004 sobre declaracións de

alérxenos, ofrecemos unha información adicional incluíndo nas etiquetas os textos de advertencia necesarios en mensaxes separadas de forma visible para indicar a presenza potencial de trazas de alérxenos. En 2021 contamos con 582 produtos de marca propia sen glute, 110 produtos sen lactosa, 55 sen leite e 7 sen ovo.



Información en saúde e sustentabilidade

CONSUMER EROSKI é o proxecto informativo do Grupo EROSKI co que queremos formar e informar aos nosos consumidores para facilitarles unha vida saudable e sustentable, mediante produtos informativos veraces, independentes, prácticos e amenos.

A través desta publicación, dispoñible en formato de revista impresa e de portal dixital de información, ambos en castelán, catalán, éuscaro e galego, tratamos temas relacionados coa alimentación, a seguridade alimentaria e a saúde, pero tamén sobre outros temas de interese para os nosos consumidores: medio ambiente, solidariedade, mascotas, mundo bebé e aforro e economía doméstica.

Para a preparación dos seus contidos contamos coa colaboración de distintos profesionais expertos e de varias entidades como a Federación de Diabéticos Españois (FEDE), a Asociación Española Contra o Cancro (AECC), o Instituto Nacional de Ciberseguridade (INCIBE), UNICEF e WWF.

Indicadores da edición dixital www.consumer.es



Indicadores da edición impresa de EROSKI CONSUMER



Especial sobre a obesidade infantil en España

En 2021 ocupou un papel especial a obesidade infantil, en torno á que CONSUMER EROSKI desenvolveu un estudo para

coñecer o seu estado na poboación infantil española a partir de datos públicos.



Alimentación e hábitos saudables desde a infancia

413-1; 413-2

Escola de Alimentación

A información e a formación son ferramentas fundamentais para tomar decisións adecuadas en canto ao que alimentación se refire. Por iso, promovemos unha alimentación que preveña a obesidade infantil e ofrecemos ferramentas formativas a nenos e nenas para que tomen as mellores decisións sobre a súa alimentación de forma consciente e divertida.

Esta iniciativa da Fundación EROSKI que naceu en 2013 ten o obxectivo de fomentar unha alimentación equilibrada e uns hábitos de vida saudables entre a cidadanía e ser punto de encontro de profesionais da saúde, da educación,

proxenitores, escolares e resto de cidadanía comprometida coa mellora da súa alimentación e estilo de vida.

www.escueladealimentacion.es

Ofrece información actual e de calidade froito do coñecemento científico e das investigacións que desenvolve, avalada por profesionais da saúde. Para o desenvolvemento de todas as súas iniciativas colaboramos tamén con gobernos autonómicos e distintas organizacións relacionadas coa saúde e o consumo responsable.

Programas Educativos en Alimentación e Hábitos Saudables (PEAHS) do Grupo EROSKI

Grupo EROSKI desenvolve distintos programas educativos que buscan fomentar unha alimentación saudable e promocionar os hábitos de vida saudable entre todas as persoas, con especial atención aos máis pequenos.

Indicadores principais dos programas educativos do Grupo EROSKI para o curso 2020/2021

126.839
escolares

1.616
colexios participantes

Debido á pandemia da COVID-19 non foi posible levar a cabo talleres presenciais de visita a tenda, a provedores ou aulas de cociña. Estas accións retomáronse no curso 2021/2022.

Energía para Crecer

O programa, posto en marcha para facer fronte ás altas taxas de obesidade infantil, conta con materiais didácticos para tres niveis de idade, 3-6 anos que inclúe xogos e contos, 6-8 anos que inclúe 5 unidades didácticas, e 8-12 que inclúe 10 unidades didácticas. Ademais, inclúe 3 talleres prácticos que se realizan fóra das aulas (visitas a produtores locais, tendas, e aula de cociña), que non puideron realizarse no curso 2020/2021 debido á pandemia da COVID-19. Os contidos do programa foron elaborados por un Comité Científico formado por profesionais da medicina, nutrición e dietética, psicopedagogía, pedagogía e sustentabilidade.

En 2021 concluímos a primeira edición semi presencial deste programa formativo, que conta con máis contido dixital para facelo máis atractivo, interactivo e eficiente.

www.energiaparacrecer.escueladealimentacion.es/gl

IV Edición de Imaxine Food

EROSKI organizou, enmarcado no seu programa educativo Enerxía para Crecer, a súa cuarta edición do concurso Imagine Food para concienciar aos pequenos e as súas familias da importancia de levar unha dieta equilibrada e saudable. Nesta ocasión, participaron cos seus debuxos de receitas saudables nenos e nenas de idades entre os 6 e 12 anos. O Basque Culinary Center, do mesmo xeito que en edicións anteriores, colaborou formando parte do xurado e, ademais, este ano achegou como premio unha estancia dunha fin de semana en Donostia-San Sebastián para que as familias gañadoras participen nun curso de "entusiastas do BCC". Ademais, vai editar un libro dixital con videoreceitas dos 30 pratos finalistas.

Elix Bo, Elix Saudable de CAPRABO

Este programa, posto en marcha en 2009 e dispoñible en formato presencial e *online*, busca ensinar aos nenos e nenas, incluíndo os de 2 e 3 anos, a alimentarse de maneira saudable e fomentar uns hábitos de alimentación equilibrada, acompañados dunha persoa profesional da nutrición, ademais de concienciar sobre o desenvolvemento sustentable, o consumo responsable ou fame cero, entre outras materias.

Entre outras accións, este 2021, CAPRABO celebrou por sexto ano consecutivo o Día Mundial das Froitas e Verduras co obxectivo de sensibilizar as familias sobre a importancia de levar unha alimentación saudable, especialmente entre os máis pequenos. Esta edición contou coa difusión en redes sociais de consellos sobre como ferver a verdura sen que perda propiedades e un recopilatorio das froitas e verduras de tempada.

Programas educativos de VEGALSA-EROSKI

VEGALSA-EROSKI leva a cabo tamén outros programas: Visita o teu Súper, para fomentar hábitos de vida saudables e compra responsable; Mates no teu Súper, que realiza unha visita á tenda para que aprendan a realizar a compra; e Come Rico, Vive San, un proxecto que une distintas iniciativas como as Sannifestas nos colexios, e que se enmarca dentro do proxecto nacional Prevención de la Obesidad Aligera tu Vida, liderado pola Sociedade Española para o Estudo da Obesidade (SEEDO).



Estudo sobre o sobrepeso e obesidade infantil

Fundación EROSKI e CAPRABO, no seu firme propósito de contribuír á promoción dun estilo de vida saudable e á prevención do sobrepeso e a obesidade infantil, puxeron en marcha en 2021 unha acción de medición e seguimento periódica da prevalencia destes fenómenos en España. Este proxecto busca:

1. Poñer ao dispor da sociedade un indicador dinámico e mantido no tempo da prevalencia da obesidade e o sobrepeso en diversas comunidades autónomas, actualizable anualmente para poder realizar un seguimento destas problemáticas de saúde.

2. Proporcionar aos centros educativos un indicador fiable que lles permita coñecer a prevalencia destes fenómenos entre o alumnado, a fin de promover accións educativas para mellorar a saúde dos nenos e nenas do seu colexio.

Tras as medicións de peso, estatura, circunferencia da cintura e cadeira a 1.815 alumnos de entre 6 e 11 anos de 25 centros, obtivéronse unha taxa media de sobrepeso do 22,31% e de obesidade do 8,76%, con dispersións entre comunidades autónomas que revelan a necesidade de manter programas que incidan na educación en hábitos de vida e alimentación saudables.

5

Compromiso
coa sustentabilidade
ambiental

Papel de
bosques
sostenibles

Baso
jasangarrietako
papera

EROSKI
50 años contigo

10 años
com pro
mi sos
saludables
sostenibles





Xestión ambiental responsable

102-1; 102-2; 102-5; 102-7

En EROSKI somos conscientes de que non podemos promover unha sociedade sa sen coidar tamén da nosa contorna natural. O noso compromiso coa sociedade pasa de maneira irrenunciable polo respecto ao medio ambiente e a restauración natural.

Traballamos para garantir o cumprimento da lexislación aplicable na materia en todos os seus ámbitos de actuación, pero, ademais, engadimos un continuo esforzo para me-

llorar na identificación, caracterización e minimización dos principais impactos negativos e optimización dos impactos positivos que a nosa actividade ten no medio ambiente.

Continuamos velando pola redución dos nosos impactos sobre o medio ambiente, implementando medidas de eficiencia enerxética, reducindo o consumo de materiais non renovables e diminuíndo as nosas emisións de gases de efecto invernadoiro.

Política Ambiental

Este compromiso intégrase de forma transversal en toda a organización a través dunha Política Ambiental que alíña o respecto ao medio ambiente e o benestar social cos nosos obxectivos estratéxicos. Esta Política está dirixida a minimizar o noso impacto sobre o cambio climático, a protección e

utilización de maneira sostible dos recursos naturais, a xestión dos residuos baixo modelos de economía circular e a preservación da biodiversidade. Os principios básicos da nosa Política son:


1. Manter unha actitude proactiva que, ademais de garantir o cumprimento da normativa ambiental vixente, nos leva a adquirir compromisos progresivamente esixentes.
2. Prever a contaminación mediante a sistematización da nosa xestión ambiental, de maneira que nos permita controlar, medir, e evitar ou reducir o impacto ambiental asociado a nosa actividade.
3. Basear o sistema de xestión ambiental na mellora continua dos aspectos máis relevantes para a organización. Para iso fixamos obxectivos cuantificables e asignamos os recursos necesarios para a súa consecución.
4. Incluír a variable ambiental na investigación e desenvolvemento dos produtos e servizos que ofertamos, buscando a rendibilidade das accións medioambientais que poñemos en práctica e identificando novas oportunidades de negociación.
5. Fomentar actitudes de colaboración e participación de todos para conseguir o desenvolvemento sostible. Para iso, a formación e información das persoas son imprescindibles en todos os niveis da organización.
6. Establecer canles de comunicación fluídas con autoridades, comunidade local, organizacións sectoriais, provedores e consumidores que garanten unha difusión permanente e de maneira transparente dos impactos da nosa actividade, así como dos recursos e tecnoloxías que destinamos a minimizalos.

Obxectivos sustentables

102-11, 102-15; 201-2

En 2021 redobramos os nosos esforzos cun novo e ambicioso compromiso no marco da loita contra o cambio climático. Desde EROSKI comprometémonos a ser unha empresa de cero emisións netas de gases de efecto invernadoiro en 2050.

Este compromiso enmárcase na nosa adhesión ao Código de Conduta sobre negocio responsable de alimentos e prácticas de márketing presentado pola Unión Europea en Bruxelas e supón a revisión e o fortalecemento dos nosos 10 Compromisos en Saúde e Sustentabilidade, que nos marcamos en 2018 e que inclúen:

-  **Reducir un 25% as nosas emisións de CO₂ para 2025** para minimizar os noso impacto en cambio climático. Para iso, melloraremos a eficiencia dos nosos equipos e procesos e aumentaremos o uso de enerxías renovables.
-  **Reducir un 20% as toneladas de envases de plástico** convencional que comercializamos en 2025, co obxectivo de reducir a nosa posible contribución á contaminación do medio mariño e terrestre con este material.
-  **Orientar os nosos procesos cara o desperdicio cero**, para xerar un impacto ambiental e social positivo a través da doación e reutilización dos alimentos que non vendemos.
-  **Orientar os nosos procesos cara a un modelo de economía circular**, a través do ecodeseño dos nosos envases de marca propia para que sexan 100% reciclables en 2025 e mediante a reciclaxe e valoración dos residuos que xeramos.
-  **Potenciar os produtos producidos de forma máis respectuosa co medio ambiente e os animais**, esixindo certificacións ambientais no 100% dos novos produtos EROSKI Natur e ampliando a gama de produtos ecolóxicos, con selos de benestar animal, etc. Ademais, colaboramos cos nosos provedores a través de distintos proxectos para tirar a que incorporen criterios de mellora ambiental no seus procesos.

En 2021 avanzamos na nova folia de ruta que nos permitirá alcanzar a neutralidade en carbono en 2050 e fortalecer outros compromisos coa sustentabilidade no marco do Código de Conduta sobre negocio responsable de alimentos e prácticas de márketing da UE.



Xestión de riscos ambientais

102-11

Consideramos que identificar e xestionar correctamente os riscos ambientais, incluídos os riscos climáticos, e o seu impacto financeiro é imprescindible para a evolución e bo desempeño da nosa compañía. En relación cos delitos contra os recursos naturais e o medio ambiente, prevense determinadas actuacións de risco que poderían ser levadas a cabo por distintos departamentos de EROSKI, así como as medidas de prevención para evitalas, e os controis específicos implantados.

Contamos cunha póliza de Responsabilidade Ambiental que ten un límite agregado anual para todas as coberturas de 10 millóns de euros e un límite por sinistro para todas as coberturas de 5 millóns de euros.

Riscos e oportunidades relacionadas co cambio climático

Desde Grupo EROSKI estamos firmemente comprometidos coa sustentabilidade, o respecto cara o medio ambiente e a redución das nosas emisións de gases de efecto invernadoiro. En 2021, fomos a primeira cadea de distribución que opera a nivel estatal en marcarnos o obxectivo de neutralidade en carbono.

Practicamente non hai ningún sector económico que non se vaia a ver afectado polos impactos do cambio climático. Aínda así, tamén é importante recoñecer que a realidade do cambio climático representa oportunidades para incentivar as organizacións para innovar en novos modelos de negocio e produtos baixos en carbono e a descarbonizar os seus procesos produtivos.

En EROSKI somos moi conscientes desta situación e traballamos para aliñarnos coas principais recomendacións a nivel internacional e sectorial, así como para avanzarmos a responder os requisitos da Lei de Cambio Climático e Transición Enerxética de España, que xa prevé a obrigación de que as empresas comecen a analizar e divulgar os seus riscos e oportunidades con impacto financeiro derivados do cambio climático. Neste sentido, comezamos a traballar neste exercicio de acordo co marco de divulgación de riscos e oportunidades do Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD) do Consello de Estabilidade Financeira.

O proceso de identificación de riscos e oportunidades derivados do cambio climático de EROSKI parte da análise de escenarios climáticos e das posibles tendencias en canto ao comportamento do mercado, marco enerxético e regulatorio que puidese afectar as nosas actividades e unidades de negocio. Para a análise de escenarios climáticos, está a realizarse unha análise bibliográfica das publicacións científicas dispoñibles acerca de proxeccións climáticas, tomando como referencia os escenarios de emisións RCP4.5 (escenario moderado) e RCP8.5 (escenario intensivo) de acordo ao Grupo Intergubernamental de Expertos sobre o Cambio Climático (Intergovernmental Panel on Climate Change) de Nacións Unidas.

A análise considera tanto riscos climáticos agudos puntuais (ondas de calor, choivas torrenciais e inundacións, etc.) como riscos climáticos crónicos (secas persistentes, variacións nos patróns de temperatura e pluviometría, etc.). Así mesmo, tamén se avalían posibles riscos transicionais cara a unha economía descarbonizada, entendidos como aqueles relacionados con cambios políticos/legais, tecnolóxicos, de mercado ou reputacionais. Para iso analizamos, entre outras fontes, as tendencias identificadas por EROSKI nos seus estudos internos, diferentes documentos de prospectiva da Axencia Internacional da Enerxía (IEA) e os escenarios:

- **STEPS (Stated Policies Scenario):** Escenario que reflicte a configuración actual das políticas baseado nunha avaliación sector por sector das políticas específicas que están en vigor, así como aquelas que foron anunciadas polos gobernos de todo o mundo.
- **SDS (Sustainable Development Scenario):** Escenario integrado que especifica o camiño cara ao obxectivo de: garantir o acceso universal a servizos enerxéticos alcanzables, fiables, sustentables e modernos para 2030 (ODS 7); reducir substancialmente a contaminación do aire (ODS 3.9); e tomar medidas efectivas para combater o cambio climático (ODS 13).
- **NZE2050 (Net Zero Emissions by 2050 Scenario):** Escenario que establece un camiño estreito pero alcanzable para que o sector enerxético global logre cero emisións netas de CO₂ para 2050. Non se basea en reducións de emisións externas ao sector enerxético para lograr os seus obxectivos.

Entre os riscos climáticos -puntuais ou crónicos- que poden afectar a EROSKI debe distinguirse entre aqueles que poden afectar directamente as nosas operacións, infraestruturas e persoas traballadoras, e aqueles que poden afectar a nosa cadea de subministración e, particularmente, aos nosos provedores de produto fresco, aínda que aquí é importante resaltar que a compañía traballa maioritariamente con provedores nacionais (97% se falamos de provedores de produto fresco), co que a exposición para os efectos do cambio climático fóra de España son reducidos e, por iso consideramos estes impactos principalmente a nivel nacional.

A nivel xeral, aínda que os impactos climáticos poden presentar variacións importantes a nivel rexional -e por tanto pode ser necesario unha análise máis detallada para as distintas áreas onde EROSKI concentra as súas operacións ou os seus provedores- e tamén en función de se o planeta se move cara a un escenario de altas emisións ou cara a un máis descarbonizado, en España identificamos os seguintes riscos climáticos relevantes para a nosa actividade a partir da Guía de escenarios rexionalizados de cambio climático sobre España a partir dos resultados do IPCC-AR5 do Ministerio para a transición ecolóxica e reto demográfico:

Escenarios de riscos climáticos identificados para EROSKI

Tipo	Eventos	Escenario de altas emisións	Escenario de baixas emisións
Puntuais	Choivas fortes / inundacións	Aumento dos episodios de choivas torrenciais e inundacións.	
	Ventos extremos	Non se detectan grandes variacións, a excepción dun leve incremento da frecuencia destes eventos (descenso do valor de retorno a 50 anos) no noroeste peninsular no verán a medio (2041-2070) e longo prazo (2071-2100).	
	Ondas de calor	Maior duración e frecuencia das ondas de calor. Os cambios menores produciríanse en Galicia, comunidades da cornixa cantábrica e A Rioxa, e os maiores nas comunidades do levante español, como na Rexión de Murcia, en Baleares e especialmente en Canarias.	
Crónicos	Cambios no patrón de precipitacións e secas	As precipitacións tenden a diminuír na maior parte de España, sendo maiores estes descensos no cuadrante SO da Península e nos arquipélagos. Aumento do período seco (entre 1-11 días). Maior frecuencia e intensidade das secas.	Maior frecuencia e intensidade das secas.
	Cambios de temperaturas	O aumento é claro e progresivo ao longo do século XXI, maior no verán e para o escenario de cambio climático máis emisivo. As temperaturas máximas e mínimas do verán e outono mostran un incremento máis intenso que as do inverno e primavera, sendo o quecemento maior nas zonas interiores e do leste que nas zonas do norte peninsular. Para finais do século XXI, na España peninsular, espérase que a proporción de días cálidos se incremente en case un 50%. A mediados de século, incrementos da temperatura máxima de entre 2 e 3°C, superando os +3,5°C no sueste de Andalucía. Para o ano 2100 o aumento podería alcanzar os 4,2 – 6,4°C.	Para finais do século XXI, na España peninsular, espérase que a proporción de días cálidos se incremente en torno ao 24%. A mediados de século, incremento das temperaturas máximas de entre 1 e 2°C, sendo menor nas zonas costeiras e maior en zonas do interior de Andalucía, Castela A Mancha, sur de Aragón e Comunidade de Madrid. Para o ano 2100 o aumento podería alcanzar os 2 - 3,4°C.

O incremento de episodios de choivas torrenciais e inundacións, así como doutros fenómenos meteorolóxicos extremos pode derivar nun incremento das primas de seguros e de custos de reparación por danos en tendas e outras instalacións.

Entre os riscos crónicos, o que maior impacto directo pode ter para EROSKI é o relativo ao incremento medio da temperatura (tamén en episodios de ondas de calor) xa que probablemente se traduza nun incremento dos custos de climatización en tendas, así como para o mantemento da cadea de frío. Neste sentido, algúns estudos prevén un incremento do consumo enerxético asociado á refrixeración do 14% dos graos-día¹ de refrixeración por década no período 2010-2049. A medio ou longo prazo, isto pode derivar na necesidade de realizar investimentos para adaptar as instalacións e tendas para ser máis eficientes en termos de climatización, aínda que, isto debería acabar traducíndose en aforros por menor consumo enerxético.

Así mesmo, estes mesmos eventos climáticos poden afectar aos nosos provedores e á distribución de produtos tanto por afectacións a súa produción como o seu transporte, podendo derivar isto en maiores custos para a compra de produtos como na necesidade de buscar provedores alter-

nativos. De maneira particular, estes riscos climáticos terán previsiblemente un impacto no sector agrario. Entre os principais impactos sobre a actividade agraria poden mencionarse os seguintes:

- Diminución da produción dalgunhas colleitas polo aumento do incremento de temperatura que derivará en maior tensión hídrica.
- Cambios no rendemento e a calidade dos produtos agrícolas, gandeiros e silvícolas polos cambios na estacionalidade e a variabilidade do clima.
- Limitación do espazo dispoñible adecuado para determinados cultivos pola degradación do chan e a desertificación.
- Maior ocorrencia de pragas e enfermidades tanto en cultivos como en animais.
- Menor produtividade de produtos gandeiros polo impacto no benestar animal da calor excesiva ou pola perda da produtividade dos pastos.
- Afectacións aos recursos pesqueiros, marisqueiros e acuícolas.

¹ O grao-día de refrixeración é unha unidade de medida deseñada para cuantificar a demanda de enerxía requirida para a refrixeración de edificios e defínese polo xeral como o número de graos por encima dos 18 °C da temperatura media diaria

Por último, a Organización Mundial da Saúde vén advertindo desde hai tempo que o cambio climático pode facilitar a aparición de novas enfermidades epidémicas ou incrementar a súa transmisión, debido a cambios na distribución de vectores transmisores de enfermidades, o que, á luz do impacto que tivo a COVID-19, evidencia a necesidade de contemplar tamén o potencial impacto de futuras ameazas á saúde humana aínda non coñecidas con precisión.

zas á saúde humana aínda non coñecidas con precisión.

En canto aos riscos transicionais (político/legais, tecnolóxicos, de mercado ou reputacionais), de maneira preliminar identifícanse os seguintes, aínda que estes analizaranse con maior profundidade ao longo de 2022.

Riscos de cambio climático transicionais e o seu posible impacto para EROSKI

Riscos transicionais	Potencial impacto
Político/ Legais	<p>Crecente regulación existente e emerxente relacionada con aspectos climáticos.</p> <p>A cada vez maior conciencia e preocupación global polo impacto do cambio climático e os compromisos internacionais derivan nun crecente corpus normativo que afectará a todos os sectores de actividade.</p> <p>Así, a Unión Europea comprometeuse a alcanzar a neutralidade de emisións en 2050 e a reducir as súas emisións nun 55% en 2030 e para iso a Comisión Europea lanzou "Fit For 55", un gran paquete lexislativo en materia de transición verde que afectará a todos os ámbitos da economía e a sociedade e que servirá para articular durante a presente década o camiño que debería seguir a UE para alcanzar a neutralidade de carbono en 2050. A nivel estatal a Lei 7/2021 de Cambio Climático e Transición Enerxética deixa claro que a loita contra o cambio climático e a transición enerxética conlevan transformacións tecnolóxicas e cambios na industria. O mesmo caso dáse a nivel autonómico, onde moitos gobernos están a aprobar as súas propias leis de cambio climático con requisitos diferentes segundo o territorio.</p> <p>Todo iso seguro traducirase na necesidade de afrontar investimentos para a descarbonización e cambios tecnolóxicos e de procesos en EROSKI e na nosa cadea de subministración que continuaremos afrontando nos próximos anos. Un exemplo disto é a necesidade de dar cumprimento as directivas europeas para a eliminación dos gases fluorados nos equipos de refraxeración de refraxeradores en supermercados e sistemas de aire acondicionado, e que quedarán prohibidos a partir de 2030.</p> <p>Ademais, moitas destas normas probablemente implicarán a ampliación das necesidades de monitorio e de reporting nos ámbitos relacionados coa mitigación e adaptación ao cambio climático.</p>
Mecanismos de fixación de prezos ao carbono	<p>Aínda que EROSKI non está incluído actualmente dentro do réxime europeo de comercio de dereitos de emisión, a aparición de posibles impostos ao carbono aplicables a produtos ou servizos relacionados coas nosas actividades pode afectar aos nosos custos directos e indirectos. Por exemplo, o aumento do prezo dos billetes aéreos afectados polos programas de redución de emisións CORSIA, pode afectar indirectamente aos custos dos paquetes turísticos ou ás marxes da nosa axencia de viaxes. Do mesmo xeito, debe analizarse o potencial impacto do "mecanismo de axuste fronteirizo ao carbono" que a UE ten previsto comezar a implementar a partir de 2025 e que afectará aos produtos importados de países con normas climáticas máis laxas que as europeas.</p> <p>Así mesmo, dado que como compañía nos fixamos o obxectivo de chegar á neutralidade de carbono en 2050, previsiblemente deberemos investir en proxectos de carbono para a neutralización de parte das nosas emisións, sen descartar a adquisición de proxectos de compensación no período transitorio. Actualmente existe unha inflación importante no prezo por tonelada de carbono destes proxectos e que probablemente se seguirá incrementando nos próximos anos polo que se deberá considerar está variable dentro da estratexia de carbono global da compañía.</p>

Riscos transicionais	Potencial impacto
Político/ Legais	<p>Incremento dos custos de subministracións e materias primas</p> <p>Os modelos de escenarios de políticas futuras analizados (SDS) prevén un aumento do prezo dos combustibles, a electricidade e do recurso hídrico. De feito, estas subidas poden darse tanto por causas relacionadas co cambio climático como por tensións xeopolíticas. No primeiro caso, estes incrementos poden darse tanto por impostos ao carbono, como por outras políticas fiscais que desincentiven o consumo de fontes de enerxía que emitan carbono ou para fomentar un uso eficiente dos recursos. Así mesmo, o traslado ao consumidor dos custos derivados da adaptación da infraestrutura de produción e subministración impactará nos custos.</p> <p>O aumento dos prezos do combustible poderá afectar aos custos de transporte de mercadorías, mentres que o incremento do custo da electricidade tería un impacto en custos directos de operación das tendas e outras instalacións. Pola súa banda, o incremento do prezo da auga pode ter impacto nos custos de determinados alimentos e outros produtos.</p> <p>Impactos similares poden producirse pola alza nos prezos de determinadas materias primas ou dos produtos agrarios.</p>
Tecnolóxicos	<p>Custos de transición a unha economía baixa en carbono</p> <p>Máis aló do cumprimento legal, a transición cara a unha economía baixa en carbono pode implicar a necesidade de reorientar o negocio ou diversificar actividades, desenvolvendo, por exemplo, novas experiencias de compra -tanto presencial como virtual ou híbrida-. Estes cambios evidentemente requirirán dun investimento e cambios en tendas e plataformas de distribución, pero ademais teñen un risco asociado á implantación de calquera innovación sobre a que pode haber incertidume sobre o seu éxito.</p> <p>Así mesmo, a tendencia global e os compromisos asumidos cara á descarbonización pode implicar a necesidade de realizar adaptacións nas nosas instalacións. Por exemplo, os novos modos de mobilidade mediante o incremento de puntos de recarga para vehículo eléctrico ou a creación de "hidroxeneras" para subministración de hidróxeno, ou, doutra banda, a electrificación de sistemas de climatización (substitución de caldeiras por bombas de calor) ou instalación de sistemas de almacenamento de enerxía.</p> <p>Do mesmo xeito, no longo prazo é posible que xurdan outro tipo de innovacións ou necesidades tecnolóxicas aínda por definir e que poderán ter un impacto similar ás que xa se avistan para o medio prazo (por exemplo, tecnoloxías de captación directa de carbono da atmosfera).</p>
Mercado	<p>Cambios no comportamento do consumidor</p> <p>Cada vez máis estudos mostran unha tendencia clara dos consumidores cara a unha maior preferencia por compañías e marcas con valores e atributos de sustentabilidade. Neste sentido, un 72% dos españois estarían dispostos a cambiar dun establecemento a outro que fose máis respectuoso co medio ambiente, o que dá unha idea do potencial impacto de non avanzar suficientemente neste campo.</p> <p>Os consumidores tamén reclaman máis información e maior transparencia ás marcas, o que se traduce nun incremento das necesidades de medición e reporte, pero tamén en cambios nas políticas de etiquetaxe e comunicación, por exemplo as etiquetas similares ao Nutri-score pero que informen sobre o nivel de impacto ambiental dos produtos.</p> <p>Por outra banda, o cambio climático pode traer cambios significativos nos patróns de consumo aos que as empresas deben estar preparadas para responder a tempo. Exemplos disto son o crecemento do interese polas proteínas alternativas ou, no caso do sector de viaxes, tendencias emerxentes como a da "vergoña de voar".</p> <p>Todos estes aspectos traducirase en necesidade de investimento para evitar a perda de cota de mercado.</p>
Reputacionais	<p>Impactos reputacionais por falta de acción fronte ao cambio climático</p> <p>Os consumidores e outros grupos de interese en xeral cada vez son máis sensibles e castigan con maior intensidade as accións de <i>greenwashing</i> ou <i>carbon washing</i>, así como a aquelas compañías afectadas por polémicas relacionadas con aspectos de sustentabilidade. Isto pode afectar tanto a EROSKI como ás marcas que fabrican os produtos que distribuimos, traducíndose nunha diminución da demanda nas nosas tendas. Por iso, a xestión da sustentabilidade na nosa cadea de subministración é igual de importante que a que aplicamos as nosas actividades directas.</p> <p>Adicionalmente, o impacto tamén pode darse no caso de que os grupos de interese e os consumidores en particular perciban que non estamos a responder de maneira adecuada ou suficiente á emerxencia climática, xa sexa a través de nosas propias operacións, como dos produtos e servizos que ofrecemos.</p> <p>Ademais do impacto que isto podería ter na reputación das nosas marcas, tamén pode afectar a nosa capacidade para atraer aos mellores profesionais tanto ás nosas tendas, como centros de distribución e ás oficinas centrais.</p>

Con todo, o modelo de negocio de EROSKI e moitas das iniciativas que vimos desenvolvendo desde hai tempo poden mellorar a nosa resiliencia ante estes riscos, sen que iso signifique que non debamos seguir traballando para a súa mitigación. Así, o feito de que a compañía traballa cun 60% de provedores locais e unha inmensa maioría de provedores nacionais fai que as nosas operacións non estean tan suxeitas ao impacto do cambio climático noutros países quizá máis vulnerables. Ademais, operamos con circuitos curtos de distribución e os nosos maiores centros lóxicos están situados na zona norte da península, onde determinados riscos climáticos poden ter menor intensidade, e realizamos avances importantes na descarbonización das nosas actividades lóxicas como o demostra a nosa estrela Lean & Green. A todo iso, hai que engadir que desde hai anos vimos realizando investimentos importantes en materia de eficiencia enerxética nas nosas tendas e redución da nosa pegada de carbono corporativa, así como desenvolvendo múltiples iniciativas para mellorar a nosa ecoeficiencia e fortalecer as nosas políticas de sustentabilidade. Así mesmo, temos un firme

compromiso coa transparencia cara aos nosos clientes e as persoas consumidoras, como demostran os nosos avances en etiquetaxe nutricional, pero tamén ambiental, como a publicación de forma pioneira de declaracións ambientais de alimentos de marca propia en 2020. Doutra banda, o cambio climático tamén pode representar oportunidades desde o momento en que é xa unha realidade sobre a que as principais dúbidas xa non son se se producirá ou non (xa se está producindo) senón con cantas intensidade e como transformará a nosa sociedade e modelos económicos e de consumo. Así, en EROSKI vemos a situación actual tamén como unha oportunidade para profundar aínda máis nas accións de eficiencia enerxética e eficiencia lóxica das nosas operacións, diversificar as nosas fontes de enerxía e sobre todo para unha maior innovación e diversificación nos servizos e produtos que ofrecemos. Todo iso, sen dúbida, ademais contribuirá a mellorar o noso grao de resiliencia fronte aos riscos relacionados co cambio climático.

Emisións de gases de efecto invernadoiro (GEI) - pegada de carbono de EROSKI:

102-11 305-1 305-2 305-3 305-4 305-5

EROSKI continúa traballando na transparencia dos seus compromisos e desempeño climático co obxectivo de me-

llorar a información dispoñible sobre os efectos do cambio climático e poder tomar as accións necesarias.

Tipo de emisións de GEI e fontes de orixe incluídas nesta memoria

Gases de efecto invernadoiro considerados CO₂, CH₄, N₂O, HFC

Emisións directas	Emisións indirectas	
Alcance 1	Alcance 2	Alcance 3*
<ul style="list-style-type: none"> Fugas de refrixerantes en sistemas de frío. Combustión de gas natural en instalacións propias. 	<ul style="list-style-type: none"> Xeración de enerxía para uso propio. 	<ul style="list-style-type: none"> Viaxes de traballo por estrada e avión (consumo de combustible e estancias de hotel). Producción de diésel consumido en transporte por estrada en lóxica e viaxes de traballo. Consumo de auga potable; consumo de papel en sede, publicidade e revistas. Consumo de combustible durante o transporte lóxico por estrada e marítimo.

Total emisións
218.407
toneladas de CO₂ eq

-18%
respecto
a 2020**

*As emisións indirectas de Alcance 3 son consecuencia das actividades de EROSKI, pero procedentes de fontes que non son propiedade nin teñen control sobre elas. En total, hai 15 categorías (artigos e servizos comprados, residuos xerados, uso de produtos vendidos, etc.), pero nesta memoria inclúese só unha pequena parte delas debido á dispoñibilidade de datos. En 2020 engadíuse o transporte lóxico marítimo no alcance 1 e as pernoitas en hotéis durante viaxes de traballo no alcance 3. Prevese seguir ampliando as actividades incluídas no Alcance 3 da pegada de carbono de EROSKI en próximos exercicios.

**A redución débese principalmente á redución do consumo de electricidade e a diminución dos seus factores de emisión ao proceder en maior medida de fontes de orixe renovable; e á diminución das fugas de refrixerantes e a que estes teñan menor potencial de quecemento global.

Emisións GEI por fonte

Emisións de GEI (tCO ₂ eq)	2021	%
Emisións directas (Alcance 1)	66.717	31%
Gas natural	1.053	2%
Refrixerantes	65.664	98%
Emisións indirectas por consumo eléctrico (Alcance 2) Mix Comercializadoras¹	63.730	29%
Hipermercados	8.189	13%
Supermercados	45.730	72%
Plataformas	6.600	10%
Outros negocios	3.211	5%
Outras emisións indirectas (Alcance 3)	87.960	40%
Transporte lóxico estrada	61.989	71%
Transporte lóxico marítimo	1.902	2%
Viaxes traballo aéreo e por estrada (emisións combustión)	3.505	4%
Estancias de hotel	230	0%
Diésel transporte (do pozo ao tanque)	11.372	13%
Diésel viaxes traballo (do pozo ao tanque)	590	1%
Viaxes traballo tren	7	0%
Auga	321	0%
Papel consumido en sede EROSKI, folletos, billetes e revistas	8.044	9%

Intensidade das emisións de gases de efecto invernadoiro

Intensidade das emisións de GEI	
g CO ₂ eq/€ vendas netas	48,1
kg CO ₂ eq/m ² superficie comercial	183,7
Alcance 1	
g CO ₂ eq/€ vendas netas	14,7
kg CO ₂ eq/m ² superficie comercial	56,1
Alcance 2 (mix comercializadoras)	
g CO ₂ eq/€ vendas netas	14
kg CO ₂ eq/m ² superficie comercial	53,6
Alcance 3	
g CO ₂ eq/€ vendas netas	19,4
kg CO ₂ eq/m ² superficie comercial	74,0
Alcance 1+2	
g CO ₂ eq/€ vendas netas	28,7
kg CO ₂ eq/m ² superficie comercial	109,7

¹As emisións do alcance 2 calculáronse usando o factor de emisión das comercializadoras contratadas. As emisións calculadas co mix nacional preséntanse na táboa 30 do Anexo, xunto coa comparativa con anos anteriores.

Accións para impulsar a sustentabilidade ambiental

102-11 305-1 305-2 305-3 305-4 305-5

Abordamos o impulso da sustentabilidade ambiental cun enfoque colaborativo que ten en conta todo o noso itinerario produtivo e que busca involucrar tamén a actores externos na nosa organización. En coherencia cos nosos 10 Compromisos coa saúde e a sustentabilidade, traballamos en todo o ciclo de vida da nosa organización con distintas liñas de actuación que abarcan como deseñamos e producimos os nosos produtos e envases, as nosas actividades lóxicas, as nosas tendas, a xestión circular dos residuos e a sensibilización aos consumidores.

Produtos máis sustentables

En EROSKI creemos indispensable colaborar con empresas provedoras responsables que compartan o noso compromiso co desenvolvemento sostible para a incorporación do factor medioambiental na nosa oferta. Velamos porque todos os procesos, desde a orixe da produción ata as operacións na tenda, pasando por toda a transformación e manipulación, reduzan o seu impacto ambiental. Isto inclúe a erradicación de tratamentos fitosanitarios post-colleita, a certificación das nosas peixerías con selos de sustentabilidade, o control do uso de antibióticos, a incorporación de prácticas que garanten o benestar animal ou o fomento de gamas ecolóxicas.

Para conseguir que a nosa clientela disfrute de produtos cun mellor comportamento ambiental, actuamos en tres liñas de traballo fundamentais: a garantía da orixe sostible dos produtos, o fomento dos produtos locais e o consumo de proximidade e o ecodeseño dos envases e produtos das nosas marcas propias.



Orixe sustentable certificada

Hai décadas que traballamos para ofertar alternativas máis saudables e sostibles ás persoas consumidoras. Así, contamos con diversas certificacións, etiquetas e marcas que aseguran a orixe sostible dos nosos produtos e permítenos incorporar o obxectivo de preservación da biodiversidade terrestre e mariña na construción da nosa oferta comercial.

- **Máis de 1.600** produtos ecolóxicos.
- **461 mostradores e 8 plataformas lóxicas** de pesca certificados por MSC e GGN.
- **100% do noso atún en conserva** cumpre os principios da Seafood Sustainability Foundation ISSF.
- **430 produtos EROSKI NATUR** que inclúen certificacións como GlobalG.A.P., Producción Integrada ou de benestar animal
- **17 produtos belle NATURAL** coa certificación COSMOS Natural de ECO-CERT.
- **410 produtos** con selo FSC®, PEFC, Oekotex o SFI.

Comprometidos co benestar animal

En coherencia co noso compromiso de facilitar unha alimentación sustentable, levamos a cabo avances e melloras nos estándares de benestar animal dos produtos que comercializamos. Así:

- Incorporamos o selo Welfair de Benestar Animal a moitos dos produtos da nosa marca propia:
 - A totalidade das nosas carnes brancas de marca propia (pavo fresco, coello e pito).
 - A carne de porco EROSKI Natur.
 - O Ternasco de Aragón EROSKI Natur.
 - O leite local de EROSKI en País Vasco, Navarra, Galicia e Baleares.
 - Os ovos de galiñas de chan EROSKI e os locais campeiros de marca EROSKI Natur.

O selo Welfair promove o benestar animal sobre a base dos estritos estándares europeos Welfare Quality e AWIN®, que avalían a alimentación, o aloxamento, a saúde e o comportamento natural. A certificación conleva a inspección e supervisión anual ás granxas e matadoiros por parte de examinadores formados en protocolos europeos de benestar animal. Esta formación e seguimento lévase a cabo desde o IRTA (Instituto de Investigación e Tecnoloxía Agroalimentarias) e o centro tecnolóxico Neiker.

- Dispoñemos tamén da certificación GlobalG.A.P. de acuicultura ao peixe de crianza EROSKI Natur, que contén uns requisitos específicos e esixentes respecto ao benestar animal dos peixes, tanto durante a súa cría como transporte e sacrificio.
- En EROSKI, ademais da incorporación de selos externos de referencia, adoptamos o compromiso de que o 100% dos seus ovos proveñan de galiñas libres de gaiola en 2024. A fin de exercicio 2021, o volume de ovos de galiñas criadas a chan, campeiras ou ecolóxicas era do 57%, aínda que en rexións como en CA-PRABO alcanzamos xa o 100%.
- Este ano adquirimos o compromiso de non utilizar ovos de galiñas engaioladas como ingrediente nas elaboracións dos nosos produtos de marca propia a partir do ano 2025.
- O noso polo EROSKI Natur cumpre cos requisitos do European Chicken Commitment en canto ao uso de especies de crecemento lento, características do aloxamento e sacrificio. Contamos ademais na nosa gama co polo campeiro EROSKI Natur, aínda máis esixente en condicións de benestar animal.

Produtos Ecolóxicos

Esforzámonos en ofrecer alimentos procedentes da agricultura e gandaría ecolóxica, que aplica as mellores prácticas ambientais e fomenta a preservación da biodiversidade e os recursos naturais e o respecto do benestar animal. En 2021 lanzamos novos produtos ecolóxicos dentro das súas marcas propias EROSKI Eco, EROSKI Bio e EROSKI Natur Bio, que nos permitiron ampliar a nosa oferta. En total, comercializamos xa máis de 95 referencias nas nosas marcas propias, que se suman ás máis de 1.600 doutras marcas que compoñen unha gama variada de produtos ecolóxicos nas nosas tendas.



Pesca sustentable en EROSKI

Co obxectivo de seguir traballando pola conservación da biodiversidade nos mares e océanos a través dun aproveitamento racional dos recursos mariños, en abril 2017 aprobamos a Política de Pesca Sostible de EROSKI.

Superamos un ano máis satisfactoriamente a auditoría de certificación de cadea de custodia de Marine Stewardship Council (MSC) para peixe procedente de caladoiros sostibles, continuando, así, como o único gran distribuidor retalista de España con mostradores de peixaría certificados. Tamén mantivemos a nosa certificación GlobalG.A.P. de acuicultura para o peixe de crianza. En 2021 contamos con 461 mostradores de peixaría e 8 plataformas certificadas.

Este exercicio alcanzamos as 5.543 toneladas nas nosas compras de peixe con certificación de sustentabilidade. Do total, unhas 2.283 toneladas corresponden a peixe certificado por Marine Stewardship Council (MSC) que garante a súa orixe de caladoiros sustentables, e 1.762 toneladas a peixe de acuicultura con selo GGN (GLOBALG.A.P. Number) e 1.498 toneladas con selo de Atún de Pesca Responsable (APR). Supón un incremento do 11% das compras respecto a 2020.

Ademais, destacan outras 3.213 toneladas de conservas de atún capturado con artes de pesca sustentables que sumadas ás toneladas de conservas de atún con selo MSC e APR, fan que o 82% do volume de atún capturado para as conservas de EROSKI proveñan de artes de pesca máis responsables (pesca a cana, APR, sen obxecto FAD, MSC e FIP). Actualmente, comercializamos máis de 150 referencias de peixe sustentable entre frescos, conxelados, conservas e comida para mascotas.

En EROSKI traballamos só con provedores que asinaron a nosa política de pesca sustentable que non acepta atún procedente de países que foron apercibidos con tarxeta amarela pola UE por incumplir as medidas aprobadas polas ORP e non establecer medidas para acabar coa pesca ilegal.

A nosa Política de Pesca Sostible, artículase en doce principios que engloban tanto aquelas boas prácticas que xa realizamos como os retos que nos marcamos para o futuro.

I Principios e compromisos da Política de Pesca Sostible de EROSKI

Artes de pesca e peixe sostibles na nosa oferta comercial

- 1 Incorporación da sustentabilidade dos recursos pesqueiros na construción da oferta comercial.
- 2 Comercialización dos produtos procedentes só de peixarías e caladoiros autorizados.
- 3 Respecto das tallas mínimas e proactividade para establecer tallas mínimas superiores ás establecidas.
- 4 Fomento da utilización de artes de pesca sostibles entre as empresas proveedoras.
- 5 Fomento dos produtos sostibles e certificados como MSC (Marine Stewardship Council) para pesca extractiva.

Sustentabilidade na cadea de valor

- 6 Potenciación das confrarías e provedores locais máis próximos ás tendas.
- 7 Redución do impacto ambiental da actividade de distribución da pesca.
- 8 Selección de empresas proveedoras que cumpran e respecten os dereitos fundamentais dos traballadores segundo o Convenio 188 da OIT sobre o traballo en pesca.

Transparencia e goberno

- 9 Etiquetado e comunicación transparente cos consumidores.
- 10 Escoita e colaboración con todo o sector pesqueiro e o resto de grupos de interese.
- 11 Información e formación dos consumidores no ámbito da pesca sostible.
- 12 Sistema de goberno, con medidas eficientes de control e auditoría que afiancen en EROSKI a práctica desta Política de Pesca Sostible.

Produto local e compra de proximidade

A nosa política comercial potencia ao máximo os produtos locais, creando riqueza na contorna e contribuíndo ao desenvolvemento agroalimentario, económico e social. Ademais, traballamos no desenvolvemento dun programa de acompañamento a provedores locais para a mellora

Ecodeseño de envases e embalaxes

301-1, 301-2, 301-3

En EROSKI somos sensibles á crecente preocupación existente na sociedade pola contaminación por plásticos que sofre o noso planeta e, de feito, levamos anos realizando accións que tentan minimizala. Tamén buscamos mellorar a circularidade dos nosos envases e garantir que teñan

continúa da súa sustentabilidade ambiental e social. As accións postas en marcha para promover o consumo local desenvólense no capítulo 6 "Compromiso coa contorna local".

unha segunda vida tras o seu uso. Neste sentido, traballamos para optimizar tanto os nosos envases de marca propia, como as bolsas de caixa e embalaxes usados na tenda, sempre desde a mirada primeiro da prevención e despois da mellora dos materiais utilizados.

Bolsas de caixa

En EROSKI somos conscientes do problema ambiental que xeran as bolsas e da necesidade de promover a súa reutilización, por iso levamos varios anos traballando para fomentar un uso responsable. En 2009 lanzamos a bolsa reutilizable de rafia fabricada con plástico reciclado e en 2010 comezamos a cobrar a bolsa dun só uso.

Esta aposta tivo un impacto inmediato: só entre 2009 e 2010, reduciuse o consumo en máis de 293 millóns de bolsas, un 62% das consumidas en 2009. Tres anos máis tarde, en 2013, lanzamos a bolsa solidaria, unha bolsa de tea reutilizable que une a axuda ao medio ambiente e a solidariedade, xa que todos os beneficios da súa venda dedícanse a causas solidarias.

A estas opcións reutilizables, que aínda mantemos, sumamos en 2019 unha gama ampla de solucións sustentables para substituír a bolsa de compra de plástico convencional. Así, incorporamos unha bolsa con máis dun 55% de plástico reciclado, unha nova bolsa de papel con selo FSC® e que é 100% reciclábel, e outra bolsa compostable, fabricada con materiais de orixe vexetal renovable e que se pode utilizar como bolsa de lixo para a fracción orgánica.

Isto fai que o 65% do material que utilizamos para as bolsas sexa de orixe renovable ou reciclada.

I Bolsas de caixa comercializadas

 **92.303.628**
bolsas
-19% respecto a 2018*

1.749.490

Bolsa de rafia, cun 70% de plástico reciclado, reutilizable

115.210

Bolsa solidaria reutilizable

79.751.005

Bolsa con máis dun 55% de plástico reciclado

1.548.907

Bolsa de papel

8.936.225

Bolsa compostable

37.128

Mallas reutilizables

165.664

Outras bolsas

I Materiais utilizados nas bolsas de caixa

2.710

Toneladas bolsas de caixa
-21% respecto a 2018*

	Toneladas	Variación 2018-2021 (%)
Plástico	2.667	-22%
Bioplástico	112	*
Plástico reciclado	1.606	+11%
Plástico convencional	949	-52%
Papel/cartón	43	*

*O cambio de bolsas de caixa iniciouse en 2019, cando se incorporaron as bolsas de papel, compostables e con máis dun 55% de material reciclado.

Embalaxes de envasado en tenda

En 2018 fixémonos o obxectivo de reducir un 21% as toneladas de plástico convencional dos nosos produtos frescos envasados en tenda en 2021, que superamos un ano antes en 2020 ao reducilas un 52%. Isto foi posible grazas á substitución das bolsas de polietileno por bolsas compostables, o uso de sobres de papel como alternativa ao plástico e a incorporación de ata un 80% de plástico reciclado nas nosas bandexas de envasado en tenda de pan, bolería e outros produtos.

Isto vai acompañado das accións para potenciar a reutilización entre os nosos clientes. Así, permitimos ao cliente o uso dos seus propios envases reutilizables, como caixas de xantar ou tápers, nas seccións de carnicaría e peixaría, ou a nosa bolsa de malla reutilizable como alternativa á bolsa de plástico dun só uso para a compra de froita e verdura a granel.

I Embalaxes de envasado en tenda

276.322.233

unidades de embalaxes en
-59% respecto a 2018*

19.059.435 Bandexas	36.145.468 Papel de mostrador
175.884.492 Bolsas	22.721.800 Sobres de mostrador
942.929 Botellas	21.568.109 Outros



I Embalaxes de envasado en tenda (bolsa, filme e bandexas de frescos)

3.863

Toneladas embalaxes tenda
+42% respecto a 2018*

	Toneladas	Variación 2018-2021 (%)
Plástico	2.766	+56%
Bioplástico	1.786	*
Plástico reciclado	303	+11%
Plástico convencional	676	-52%
Papel/cartón	1.037	+10%
Papel/cartón reciclado	5	*
Papel/cartón virxe	1.032	+10%
Outros materiais	61	+3%

*Usamos 2018 como ano base porque foi cando adquirimos o compromiso de reducir un 21% o plástico convencional de envasado en tenda para 2021. A incorporación de bioplásticos e sobres de papel en mostradores realizouse entre 2019 e 2020. Os novos consumibles teñen un peso superior ás opcións en plástico convencional existentes inicialmente. Por iso, aínda que reducimos o número de consumibles, as toneladas de materiais aumentan, aínda que proceden de fontes máis responsables.

I Materiais utilizados en bolsas, embalaxes de tenda e envases de marca propia

35.818

Toneladas bolsas, envases e embalaxes
-3% respecto a 2020

	Toneladas	Variación 2018-2021 (%)
Plástico	13.052	+7%
Bioplástico	1.921	+393%
Plástico reciclado	3.047	+12%
Plástico convencional	8.085	-11%
Papel/cartón	10.727	-6%
Papel/cartón reciclado	5.035	-8%
Papel/cartón virxe	5.692	-3%
Metals	2.606	-7%
Vidro	9.187	-11%
Outros materiais	9.248	-98%

Envases de marca propia

Desde a creación da marca propia, traballamos para mellorar os envases dos nosos produtos e en 2013 adherímonos ao Basque Ecodesign Center, onde empresas privadas e a Sociedade Pública Vasca de Xestión Ambiental lhobe colaboramos para a conceptualización e execución de proxectos innovadores de ecodeseño, tamén xunto coa Universidade do País Vasco (UPV- EHU) e os centros de coñecemento líderes a nivel internacional.

I Envases de marca propia

573.111.349

envases de marca propia
-9 % respecto a 2020

En 2018 fixémonos o obxectivo de ecodeseñar o 100% dos nosos envases para 2025 co fin de que sexan 100% reciclables, eliminar o sobreenvasado e potenciar o uso de materiais reciclados e de orixe renovable.

A primeira medida que tentamos implementar sempre é a eliminación do envase e, por iso, impulsamos a venda de produtos frescos a granel. Así, aproximadamente o 60% da nosa froita e verdura véndese sen envase e noutras seccións a porcentaxe de produtos a granel é aínda maior, como en peixaría, onde superamos o 85%.

En paralelo, en 2021 continuamos coa análise dos nosos envases de marca propia de alimentación e frescos, superando xa os 3.500 produtos de máis de 380 provedores, que

I Materiais utilizados en envases de marca propia

29.514

Toneladas de envases de marca propia
-9% respecto a 2020

	Toneladas	Variación 2018-2021 (%)
Plástico	2.766	+56%
Bioplástico	7.619	-7%
Plástico reciclado	22	12%
Plástico convencional	1.137	-9%
Papel/cartón	6.460	-7%
Papel/cartón reciclado	9.648	-7%
Papel/cartón virgen	5.030	-8%
Metais	4.618	-6%
Vidro	2.606	-7%
Outros materiais	9.187	-11%

supoñen o 98% da nosa gama nesas áreas. Os obxectivos do estudo son calcular a súa pegada plástica e grao de reciclabilidade, identificar accións de mellora para eles e poder facer seguimento anual dos avances conseguidos.

Este exercicio ecodeseñamos 73 envases da nosa marca propia, o que fai un total de 119 envases con melloras ambientais na nosa gama de alimentación e frescos. Para iso, aplicamos medidas como o alixeiramento de materiais, o uso de material reciclado ou de orixe renovable e melloras na súa reciclabilidade, priorizando os envases dun só material ou con cores claras, entre outras accións. Exemplos deste labor son os seguintes envases:

- Hamburguesa de vacún Natur Bio, cun envase cun 80% menos de plástico que os envases estándar de hamburguesa.
- Chourizo doce EROSKI Basic, cuxa bandexa conta cun 70% de plástico reciclado.
- Leite condensado EROSKI, cun envase máis reciclable ao mellorar a capacidade de baleirado do produto e ao contar cunha botella de PET monocapa transparente.

As accións de ecodeseño de 2021 supoñen evitar ao ano o consumo 85 toneladas de plástico convencional. O total da nosa pegada plástica convencional reduciuse en absoluto 493 toneladas en 2021 respecto a 2020.

Loxística sustentable

Despois de superar o obxectivo de reducir polo menos un 20% as emisións de gases de efecto invernadoiro das nosas actividades loxísticas respecto a 2015, continuamos traballando en medidas de mellora ambiental do noso transporte

e plataformas para conseguir un 10% adicional de redución, que prevemos verificar ao longo de 2022. Para iso, desenvolveremos distintas iniciativas que se explican en detalle no apartado de "Loxística eficiente" do capítulo 2.

Tendas ecoeficientes

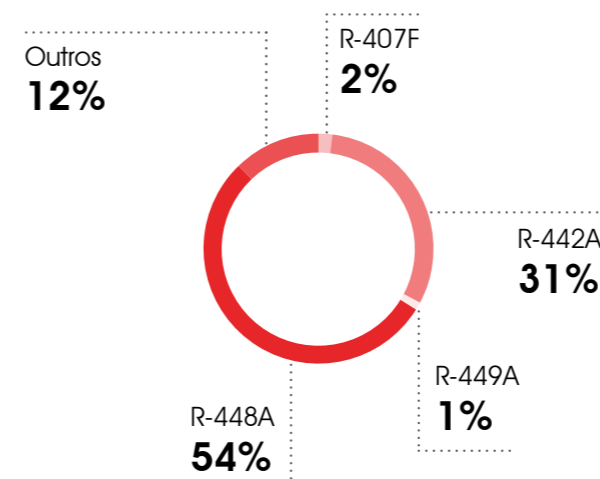
302-1,302-2, 302-3 302-4

A renovación e ampliación da rede comercial de EROSKI para a súa adaptación ao noso modelo "contigo" inclúe tamén a adopción de melloras na súa construción e xestión acordos con criterios ambientais que permiten a redución do consumo enerxético en ao redor dun 35% en comparación cun establecemento do modelo anterior. Isto é posible grazas a medidas de iluminación LED, peche de mobles de frío, mellora da climatización ou uso de refrixerantes máis eficientes e menos contaminantes.

En 2021, demos un paso máis para mellorar a sustentabilidade das nosas tendas coa inauguración en Vitoria-Gasteiz do noso primeiro establecemento co modelo enerxético de EROSKI, o centro de Lakua-Arriaga.

I Refrixerantes consumidos para compensar fugas

45,1 toneladas



Novo modelo enerxético para as tendas EROSKI

O novo modelo enerxético para as tendas EROSKI, baséase en tres grandes pilares. A utilización do 100% de enerxías renovables, a redución dos consumos nun 50%, e debido a que a sustentabilidade é máis que a redución de consumos, na valorización do 80% dos residuos e o fomento da mobilidade sustentable.

O supermercado Lakua-Arriaga é a culminación dun camiño que EROSKI iniciou en 2012 coa apertura da súa tenda Cero Emisións de CO₂ de Oñati e ata o de agora culminaba coa tenda enerxeticamente sustentable de Zizur inaugurada en 2020. Esta nova tenda recibirá a certificación en edificación sustentable LEED OURO, que reconece mediante unha certificación externa a implementación de importantes medidas de mellora ambiental no supermercado de Lakua.

Este último supermercado representa a evolución das prácticas implantadas ata o de agora e o punto de partida para un novo modelo de sustentabilidade ambiental. Este novo modelo estenderase ás novas aperturas que realice Grupo EROSKI, na medida na que os condicionantes físicos de cada establecemento o permitan.

Ademais, alíñase coa folia de ruta sobre sustentabilidade de EROSKI que está marcada polos seus 10 Compromisos en Saúde e Sustentabilidade e polo seu compromiso de alcanzar as cero emisións netas de gases de efecto invernadoiro en 2050.

EROSKI continúa avanzando na loita contra o cambio climático, de modo que este supermercado reforza así o compromiso de Grupo EROSKI co respecto ao medio ambiente e o benestar social.

I Características do novo modelo enerxético xa implantado na tenda de Lakua- Arriaga

Edificio máis eficiente e sostible:

■ Utilización de refrixerantes naturais

Mediante un sistema de CO₂, conséguese un maior rendemento a nivel de refrixeración e tamén reducir nunha alta porcentaxe os custos enerxéticos.

Este refrixerante, máis respectuoso co medio ambiente, permite lograr unha maior eficiencia enerxética con menor impacto no medio ambiente, xa que se trata dun gas con menores niveis de PCA (Potencial Quecemento Climático). É un refrixerante natural que non é inflamable nin tóxico, polo que é un sistema máis seguro.

■ O mobiliario de frío incorpora os últimos avances en I+D

Estes avances danse no seu deseño, fabricación e na dotación de evaporadores de alta eficiencia. A iso súmase que todos eles van pechados con portas para evitar a saída de frío á sala de vendas, reducindo deste xeito o esforzo enerxético e incrementando a sensación de *comfort* na tenda. Ditas portas son innovadoras ademais pola súa baixa condutividade térmica e a ausencia de marcos, permite unha visión panorámica dos produtos.

■ Sistema de iluminación LED intelixente e autorregulado

Este sistema adecúase en cada momento á necesidade existente, maximizando o aproveitamento da luz solar.

A utilización desta tecnoloxía tradúcese nunha redución de consumo no sistema de iluminación de en torno ao 50% de media respecto a outras tecnoloxías, e tamén teñen unha maior vida útil o que supón menos pegada ambiental.

■ Eficiencia enerxética na climatización

A eficiencia enerxética na climatización centrouse nun mellor illamento térmico e no aproveitamento do frío e calor externa. O supermercado de Lakua-Arriaga utiliza a calor residual da central de frío para quentar o centro, polo que a enerxía requirida no proceso de quecemento é mínima. Todo iso redundará ademais nunha excelente calidade do aire interior.

Xestión enerxética e ambiental sistematizada:

■ Domótica dos sistemas de consumo enerxético

Unha innovación destacada é a xestión domótica dos sistemas de consumo enerxético. O centro está dotado dun servizo de monitoraxe e control do frío as 24 horas do día, os 365 días do ano. Ante calquera alarma derivada do sistema máis crítico da tenda, desencadéase un procedemento correctivo con tempos de resposta moi curtos, que permiten evitar perdas de frío ou de alimentos.

Así mesmo, o resto das fontes de consumo eléctrico da tenda (iluminación, fornos, climatización...) tamén están controladas por un sistema automático que evita os accesos intempestivos e que controla as horas de uso e o consumo.

Sustentabilidade é máis que aforro de enerxía:

■ Mobilidade sostible

Queremos transformar a nosa mobilidade para facela máis segura e sostible. Para iso, o aparcamento conta con 12 puntos de recarga para vehículo eléctrico, tres deles para persoas con mobilidade reducida e un aparcadoiro específico para bicicletas.

A tenda, ademais, está situada nunha contorna ben comunicada con transporte público e seguro para as bicicletas.

■ Sustentabilidade desde os cimentos

A construción do edificio realizouse atendendo a parámetros de sustentabilidade que redundan nunha redución do efecto Illa de Calor a partir da utilización de cubertas de alto nivel de reflectancia solar. Propuxéronse materiais con menor impacto ecolóxico logrando unha mellora maior do 10% na liberación de Gases de Efecto Invernadoiro.

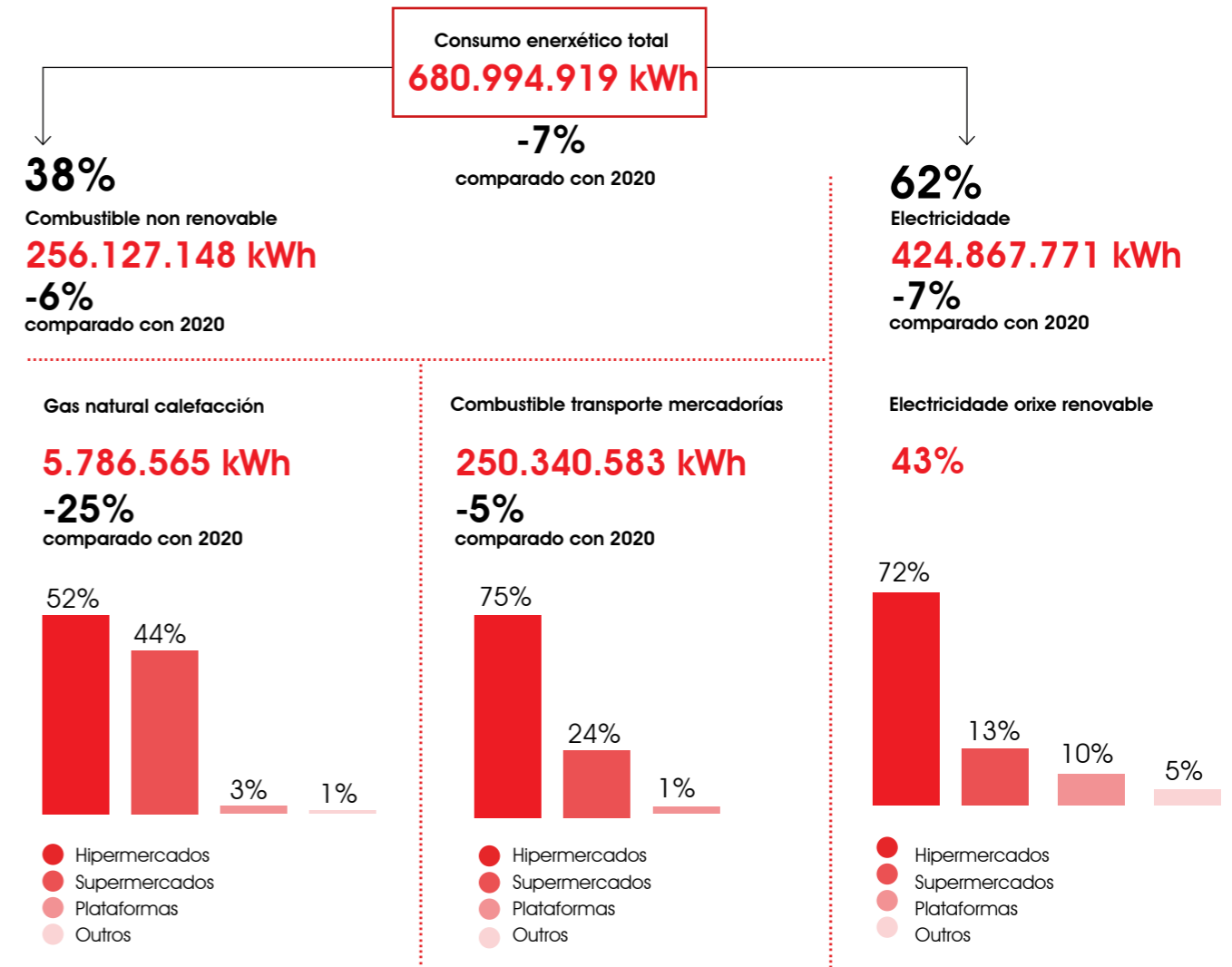
Ademais, realizouse unha xestión dos residuos de construción, dando a posibilidade de aproveitar máis do 80% dos residuos xerados.

Transición Enerxética Renovable

A tenda representa un fito no camiño cara a transición enerxética renovable. Por unha banda, o centro xera enerxía para consumo propio a través de placas solares fotovoltaicas e, doutra banda, toda a enerxía que se consume é 100% de orixe renovable.

I Consumo enerxético dentro da organización (kWh)

2021 Ratios de intensidade enerxética
572,6 kWh/m² superficie comercial
0,15 kWh/€ vendas netas



I Consumo enerxético fóra da organización

Queroseno consumido polas viaxes de traballo en avión, diésel consumido por viaxes de traballo por estrada e tren, e electricidade polas viaxes en tren.

12.997.732 kWh

Xestión da auga

303-2, 303-3, 303-5

Instalamos contadores de auga de xestión telemática para control en remoto que permita detectar e minimizar a tempo real as fugas que poidan existir na nosa rede, para reducir así o consumo de auga. Ademais, traballamos para a incorporación de instalacións que permitan a reutilización de augas grises nos nosos centros.

A auga que utilizan as nosas tendas, plataformas e sedes é servida por redes municipais de abastecemento de auga potable, as cales xestionan directamente a captación e potabilización da auga distribuída.

Prevención e control de derrames e verteduras

303-4

A auga residual que xeramos é tratada nas Estacións de Depuración de Auga Residual dos municipios onde se desenvolve a nosa actividade. Estímase que o volume de auga residual xerado en 2021 foi de 1.107.655 m³. EROSKI cumpre coa legalidade vixente en materia de prevención e control de derrames e verteduras incontroladas.

- Verificar que aquelas gasolineras que posúen condicionantes específicos de vertedura cumpren cos valores límites de referencia impostos por Consorcios de Auga, Mancomunidades e/ou Concellos.
- Comprobar que no resto de gasolineras as augas que se verten á rede están dentro dos límites xerais de vertedura marcados polas Ordenanzas Municipais ou lexislación de referencia que, en cada caso, sexa de aplicación.
- Detectar desviacións no correcto funcionamento dos equipos de filtración de augas hidrocarbурadas.

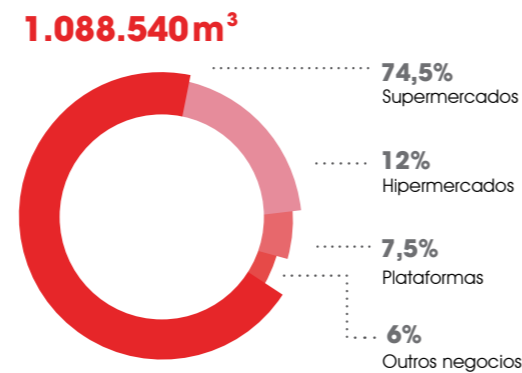
A actualización anual deste plan, xunto coa priorización das actuacións preventivas correspondentes, permitirá manter a rede de gasolineras nun estado de detección temperá de non conformidades.

Ademais, toda a rede de gasolineras EROSKI conta cun sistema de detección de fugas, non rexistrándose ningún tipo de fuga polos devanditos equipos. A rede conta cun contrato de mantemento preventivo cunha empresa de mantemento de instalacións petroleiras que vela polo correcto funcionamento de toda a instalación. Ademais, todas as probas de estanquidade, tanto de tanques como de tubaxes, foron satisfactorias.

En 2021 continuamos os plans de remediación e a posta en marcha de equipos para os dous casos de solos ou augas afectadas detectados en 2019, en Usurbil e Abadiño.

Ademais, continúa a remediación de solos e augas subterráneas de Jaca, que sufriu un atraso de 15 meses debido a dous incidentes acaecidos en 2021. A detección dun aumento dos índices de contaminación en augas subterráneas, obrigou a deter a actuación ata a corrección das deficiencias atopadas. En marzo de 2022, tras a comunicación á Confederación Hidrográfica do Ebro, renovouse a remediación. Unha vez terminada, levará a cabo un control e seguimento durante outros dous anos.

Consumo de auga



Volume de auga residual xerada estimada

1.077.655 m³



Localización dos nosos centros para protexer a biodiversidade

304-1; 304-2

Todos os nosos centros atópanse situados en zonas urbanas, o que, unido ao cumprimento da lexislación ambiental e de biodiversidade á hora da localización dos mesmos, garante un adecuado desenvolvemento da actividade respectando a contorna e as súas condicións naturais. Con todo, en comunidades autónomas como Galicia ou Baleares gran parte do seu territorio considérase espazo de gran valor para a biodiversidade. Este feito fai que algúns dos nosos centros se sitúen en emprazamentos afectados por figuras de protección.

A peche do pasado exercicio, 102 das máis de 1.600 tendas que Grupo EROSKI ten en España atopábanse nalgunha zona de protección. As comunidades autónomas con maior número de tendas en zonas protexidas son Galicia, Baleares e Cataluña, con amplas zonas de protección que ocupan gran parte do seu territorio.

Tendas por comunidade autónoma e figura de protección

Comunidade autónoma	Tendas en zonas protexidas	Rede Natura	Espazo Natural Protexido	Áreas Importantes para a Conservación das Aves e a Biodiversidade en España	Reservas da Biosfera	Inventario Español de zonas húmidas
Andalucía	11	✓	✓	✓	✓	
Aragón	2			✓	✓	
Cantabria	3			✓		
Cataluña	14	✓	✓	✓	✓	
Castela e León	5	✓		✓	✓	
Castela A Mancha	3			✓	✓	
Estremadura	3	✓		✓		
Galicia	39	✓	✓	✓	✓	
Illas Baleares	8	✓		✓	✓	
A Ríoxa	1				✓	
Madrid	3	✓		✓		
Navarra	1			✓		
País Vasco	13	✓	✓	✓		
Total	106					

Ademais, traballamos para minimizar o impacto ambiental e impulsar medidas que preserven a biodiversidade a través de accións como a pesca sostible ou a colaboración con entidades como WWF (World Wildlife Fund for Nature) desde 2007, como experto mundial en conservación ambiental.

Entre as nosas accións conxuntas destacan a actualización da nosa Política de Sustentabilidade en produtos pesqueiros ou a promoción dun consumo máis responsable a través da nosa Escola de Alimentación.

Xestión circular dos residuos

306-2, 306-3, 306-5

Afrontamos a xestión e valorización dos residuos desde a prevención e a integración dun modelo de economía circular. Como un dos nosos eixes básicos de actuación para a redución do noso impacto ambiental, centramos gran parte dos nosos esforzos en previr, xestionar e valorizar os residuos que xeramos.

Plan de Acción Contra o Desperdicio Alimentario

Segundo a Organización das Nacións Unidas para a Alimentación e a Agricultura (FAO), un terzo dos alimentos producidos pérdese ou desperdiciase en todo o mundo. Traballamos para minimizar o malgasto alimentario que pode xerarse na nosa actividade a través de distintas accións como a promoción de artigos frescos próximos a súa data de caducidade, a doazón de alimentos ou a súa reciclaxe e valorización noutros produtos, entre outras.

Froitas e hortalizas feas contra o malgasto alimentario

En EROSKI, como parte do noso compromiso coa sustentabilidade do sector agrícola e contra o desperdicio alimentario, ofrecemos en distintas campañas ao longo do ano variedades de froitas e hortalizas chamadas feas polo seu aspecto ou tamaño. En 2021 comercializáronse en toda a rede 604 toneladas de froitas e hortalizas feas.

Promoción de alimentos próximos a súa data de caducidade ou consumo preferente

Desde hai varios anos incorporamos unha etiqueta con descontos acumulables ao adquirir alimentos próximos a súa data de caducidade ou consumo preferente. En 2021 vendemos máis de 42.000 toneladas de produtos con estes descontos.

Doazón de alimentos a través do Programa Desperdicio Cero

Doamos máis de 6.000 toneladas de alimentos e produtos de primeira necesidade a entidades sociais a través do noso programa Desperdicio Cero, que se explica en detalle no capítulo 7 de "Compromiso coa sociedade".

Reciclaxe e valorización dos residuos orgánicos

Mediante loxística inversa ou xestores autorizados, recolleemos os residuos orgánicos xerados nas nosas tendas para a súa utilización como materia prima na fabricación de fariñas e aceites animais e de pensos para alimentación animal ou para outras operacións de valorización. Grazas a isto, damos unha segunda vida a 6.700 toneladas de residuos orgánicos ao ano.

Premios Mercabarna "Paco Muñoz"

O proxecto de CAPRABO para xestionar de maneira sustentable o residuo orgánico foi recoñecido como Mellor Iniciativa do Sector Privado nos Premios Mercabarna "Paco Muñoz".

Innovación para a xestión circular dos residuos alimentarios

Durante o 2021 participamos en distintos proxectos de innovación, como FoodRUs ou ZeroWaste para reducir o desperdicio alimentario. Estes proxectos dos programas europeos Horizon 2020 ou Green Deal durarán varios anos e contan coa participación de distintas empresas e centros tecnolóxicos de diversos países.

Sensibilización contra o desperdicio alimentario nos fogares

EROSKI participou un ano máis na Semana Contra o Desperdicio Alimentario que organiza AECOC con distintas accións de sensibilización e pedagóxicas a través das súas redes sociais. Ademais, desde CAPRABO sumámonos á iniciativa da Semana Europea de Prevención de Residuos 2021 a través de distintas accións de sensibilización. Entre elas, está o desenvolvemento dun cuestionario didáctico online co que aprender e entender por que é importante a redución de residuos, especialmente nas cidades. Esta iniciativa compartiu-se cos colexios que participan no noso programa educativo Elixo Bo, Elixo Sudable. Ademais, colaboramos con Cruz Vermella na iniciativa de sensibilización Alimentación saudables e Redución do Desperdicio Alimentario.

Minimización e xestión dos residuos inorgánicos

Traballamos para minimizar os residuos derivados da nosa actividade mediante a aplicación do ecodeseño aos produtos de marca propia, o fomento da reutilización de envases e embalaxes entre a nosa clientela ou o uso do ticket dixital, entre outras accións.

Fomento de bolsas e envases reutilizables

Fomentamos tamén entre a nosa clientela a reutilización de bolsas de compra, uso de mallas reutilizables en froitaría ou de tápers en carnicaría e peixaría para reducir o consumo de plásticos dun só uso nas tendas. Neste sentido, en 2021 participamos na Campaña "Donostia Zero Plastik" do Concello de Donostia-San Sebastián coa entrega, entre outras accións, de máis de 600 tápers.

Ademais, reutilizamos gran parte dos nosos envases loxísticos evitando así o consumo de materias primas virxes.

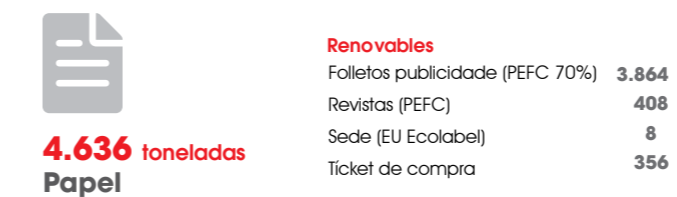
Envases loxísticos reutilizados



Menos papel co ticket dixital

En 2019 incorporamos o ticket dixital para que os nosos clientes poidan dispoñer da información da súa compra directamente na App EROSKI, evitando así o consumo de papel. En 2021 supuxo para EROSKI (sen VEGALSA-EROSKI) reducir un 2% o papel consumido para os tickets, que ascende a un 25% se comparamos con datos de 2018. Isto supón evitar 36 toneladas de papel ao ano.

Papel consumido en publicidade, revistas, billetes de caixa e a sede social de EROSKI



Todo o papel utilizado en publicidade conta coa certificación PEFC 70% (Programme for the Endorsement of Forest Certification schemes) que garante que provén de bosques xestionados sustentablemente. O papel das revistas CONSUMER EROSKI e EROSKI Club tamén conta coa certificación PEFC que garante unha xestión forestal responsable. Na sede utilizamos un papel con selo EU Ecolabel con menor gramaxe.

Reciclaxe e valorización dos residuos inorgánicos

Como produtores de marca propia, declaramos anualmente os envases, aparellos eléctricos, pilas, aceites e luminarias dos nosos produtos aos Sistemas Colectivos de Responsabilidade Ampliada de Produtor, como ECOEMBES ou ECOVIDRIO. Estas entidades garanten a correcta recuperación e xestión dos residuos derivados do uso dos nosos produtos.

Materiais usados nos produtos e envases declarados aos Sistemas Colectivos de Responsabilidade Ampliada de Produtor



4.956 toneladas
Envases e embalaxes

Non Renewable	Renovable	
Aceiro	452	Cartón/Papel/Cartón bebidas 1.566
Aluminio	630	Cerámica 3
Plástico	1.532	Madeira/cortiza 5
Outros	3	Vidro 765
Total	2.617	Total 2.339



Ademais, en EROSKI responsabilizámonos de que os residuos xerados nas nosas instalacións e tendas sexan xestionados e valorizados correctamente, fomentando a reciclaxe e reutilización como tratamentos prioritarios. Desde unha perspectiva de economía circular, potenciamos procesos de loxística inversa, desde as tendas ata as plataformas e empresas provedoras, que permiten unha correcta reutilización e reciclaxe dos residuos orgánicos e inorgánicos xerados. Isto implica non só minimizar a cantidade de refugallos senón tamén evitar o consumo de materias primas virxes noutros procesos produtivos. Así, levamos a cabo as seguintes accións:

- Reciclamos o cartón, plástico, papel e madeira xerados nas nosas instalacións. Para iso, recolle-mos os distintos materiais refugados nas nosas tendas e colaboramos con diferentes Sistemas Integrados de Xestión (SIG) autorizados para o seu tratamento.
- Reutilizamos os envases loxísticos nas nosas operacións de distribución.
- Facilitamos ás persoas consumidoras a reciclaxe dos seus residuos. Para iso, poñemos a súa disposición puntos limpos nas nosas tendas para a recollida de pilas, aparellos eléctricos, lámpadas, roupa, aceite doméstico e tóner, entre outros produtos usados. Destaca a recollida de cápsulas de café de calquera marca e material que estendemos a nosa rede en 2019 de forma pioneira nunha cadea de supermercados de España. Esta iniciativa permítenos recuperar máis de 110 toneladas deste residuo ao ano.



Residuos por tipo e método de tratamento

45.015
toneladas residuos

44.966
toneladas de residuos
non peligrosos

43.918
toneladas de residuos a reciclaxe ou
outros tratamentos de valorización

49
toneladas de residuos
peligrosos

1.097
toneladas de residuos
a eliminación

	Toneladas
Residuos a reciclaxe ou outros tipos de valorización	43.918
Residuos peligrosos	35
Reciclaxe	20
Outros tratamentos de valorización	15
Residuos non peligrosos	43.883
Reciclaxe	30.333
Outros tratamentos de valorización	13.550
Residuos a eliminación	1.097
Residuos peligrosos	14
Vertedoiro	0
Outros destinos de eliminación	14
Residuos non peligrosos	1.083
Vertedoiro	991
Outros destinos de eliminación	92

*A día de hoxe non é posible diferenciar a proporción dos residuos destinados a valorización enerxética incluídos en "Outros tratamentos de valorización" xa que se agrupan baixo os códigos de tratamento R12 e R13, os cales engloban todos os tratamentos de R1-R11

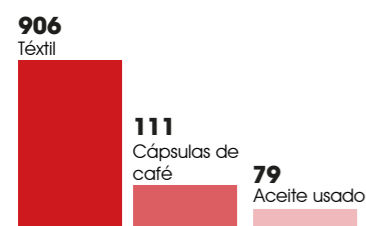
I Residuos non perigosos destinados a reciclaxe ou outros tratamentos de valorización por tipo

	Toneladas
Residuos non perigosos a reciclaxe	30.333 (69%)
Residuos inorgánicos	30.333 (100%)
Papel e cartón	28.228 (93%)
Plástico	1.974 (6,5%)
Madeira	108 (0,4%)
Outros	23 (0,1%)
Residuos non perigosos a outros tratamentos de valorización	1.097 (31%)
Residuos inorgánicos	6.764 (50%)
Papel e cartón	4.621 (68%)
Plástico	495 (7%)
Madeira	219 (3%)
Outros	1.429 (21%)
Residuos orgánicos	6.786 (50%)
Peixe	2.637 (39%)
Carne	2.237 (33%)
Pan	294 (4%)
Lácteos	105 (2%)
Vexetal	51 (1%)
Outros	1.462 (21%)

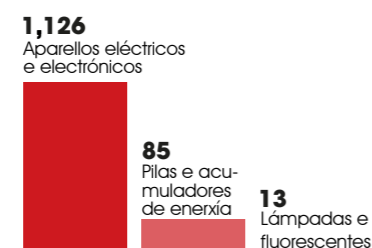
*Residuos orgánicos destinados á fabricación de pensos e un pequeno % a compostaxe

I Residuos recolleitos dos nosos clientes e centros para a súa reciclaxe por tipo

Residuos non perigosos
1.096



Residuos perigosos
1,224



Sensibilización ambiental dos consumidores

413-1; 413-2

Todos podemos contribuir á protección ambiental polo que en EROSKI traballamos para a formación e concienciación das persoas consumidoras, mediante o desenvolvemento de campañas de sensibilización e a publicación de contidos pedagóxicos nas nosas plataformas web e outros soportes informativos. En liña con este obxectivo, tamén fomentamos e desenvolvemos iniciativas colaboradoras coa clientela, persoas traballadoras e institucións.

Escola de Sustentabilidade de Artigas (Bizkaia)

En 2021 renovamos o convenio de colaboración coa Escola de Sustentabilidade de Artigas. Trátase do Centro de Educación Ambiental sobre Residuos de Bizkaia que leva a cabo programas formativos sobre residuos urbanos mediante talleres, proxección de audiovisuais e a visita a unha exposición interactiva.

A hora do planeta

En EROSKI sumámonos por undécimo ano consecutivo á campaña A Hora do Planeta promovida por WWF co respaldo de Nacións Unidas, uníndonos ao apagamento simbólico da maior iniciativa global en defensa do medio ambiente e que en 2021 tivo o lema Conéctate coa natureza.

Voluntariado ambiental

Os nosos traballadores e clientes comparten a nosa paixón por coidar a nosa contorna e construír un futuro máis sustentable. Desde EROSKI traballamos para impulsar estas actitudes a través do fomento de accións de voluntariado ambiental abertas a ambos colectivos. En 2021, colaboramos con WWF para a realización de accións de reforestación en País Vasco e Cataluña, de limpeza de espazos naturais en Baleares e de recuperación de chans queimados en Galicia, grazas ao programa de doazón duns céntimos solidarios en tenda.

Programa ambiental Camiño a Camiño

VEGALSA-EROSKI participou un ano máis en Camiño a Camiño, programa de roteiros ambientais do Concefauna desta comarca, fomentando hábitos de vida saudable e sostible.



por ser
de aquí



por ser
de aquí

6

Compromiso
ca contorna
local

1,45 €

1,70 €

1,55 €

3,89 €

TOMATE ROSA BARBASTRO
1,00 KG
175



Crecemos cos provedores locais

102-9, 203-2, 204-1

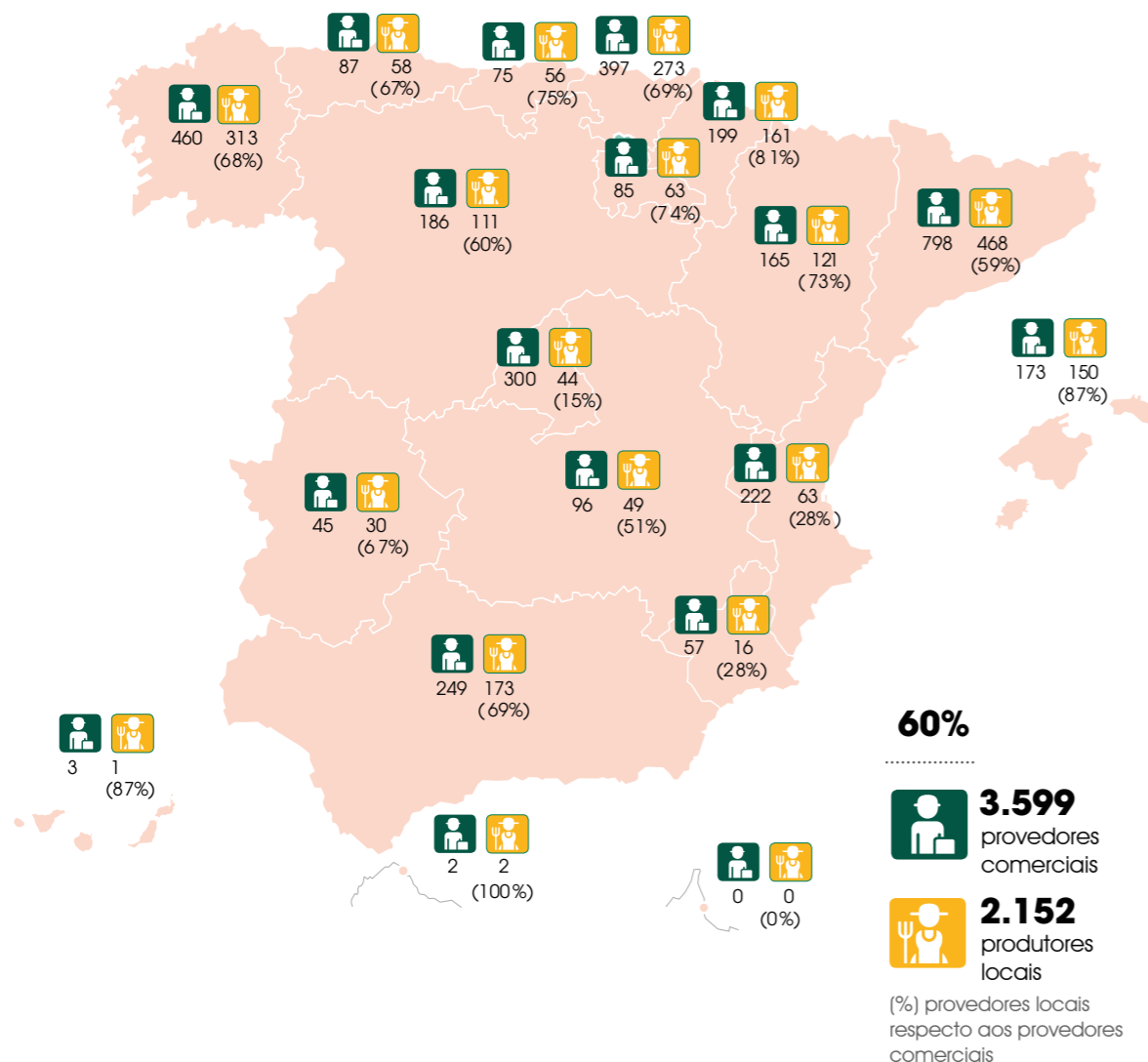
O noso compromiso coa sustentabilidade da contorna transcende á dimensión ambiental xa que tamén apoiamos activamente o desenvolvemento da economía local nos territorios nos que operamos. A nosa política comercial potencia ao máximo as economías locais, creando riqueza na contorna e contribuíndo ao desenvolvemento agroalimentario, económico e social.

Ter a posibilidade de contar cun sector produtivo diverso e orientado ao desenvolvemento sostible a través das PEMES do sector primario é o elemento máis relevante na nosa relación co mundo agroalimentario local: está nos nosos xenes cooperativos comprometermos con esta diversidade, crear contornas de colaboración e traballar cun gran número de empresas proveedoras. Máis da metade das 3.800

empresas proveedoras comerciais que ten EROSKI en España son pequenas empresas produtoras locais. Consideramos locais os provedores, normalmente pequenos e medianos produtores agroalimentarios, de alta proximidade, cuxos produtos comercializamos unicamente en cada Comunidade Autónoma.

Os beneficios desta estratexia son varios. Por un lado, as pequenas empresas produtoras dispoñen da canle de comercialización de EROSKI para distribuír as súas mercancías, o que ten un alto impacto en termos de emprego, desenvolvemento rural e mantemento das paisaxes naturais. Por outro lado, os consumidores e consumidoras encontran en EROSKI produtos máis frescos, máis sostibles, máis sans e de maior calidade.

I Número de provedores comerciais e produtores locais por comunidade autónoma



Colaboración con produtores agroalimentarios locais

EROSKI articula esta colaboración cos seus subministradores en torno aos tres principais compromisos de actuación coas PEMES agroalimentarias locais:

- 1 Acercar** os produtos das pequenas empresas produtoras aos consumidores.
- 2 Desenvolver** unha xestión comercial adaptada ás microempresas, PEMES e Cooperativas.
- 3 Colaborar** en plans para a súa profesionalización e crecemento empresarial.

En 2021 tivemos 1.797 novas altas de referencias locais e rexionais, das cales 944 corresponden a seccións de frescos e 853 a alimentación. Esas novas altas xeraron unhas vendas de máis de 22 millóns de euros. Ademais, mostra do apoio ao sector primario e en colaboración con organizacións sectoriais e consellos reguladores, en 2021 incorporamos referencias de marca propia na sección de chacinaria en Baleares, Navarra e País Vasco, o ovo en Aragón ou o viño de Binissalem en Baleares. Na mesma liña, e buscando innovar nun produto como o legume, incorporamos snacks con base legume en Navarra ou hummus de País Vasco, todo iso coa nosa marca.

Tamén seguimos dando pasos na aposta pola diversificación en sector produtivo. Actuamos de maneira destacada no desenvolvemento de dous sectores fundamentais nas comarcas do País Vasco e Cataluña como son a hortaliza e o queixo, nas que demos importantes avances.

Ademais, continuamos renovando e xerando novos convenios de colaboración con organizacións sectoriais para o impulso dos alimentos locais, Denominacións de Orixe (DO) e Indicacións Xeográficas Protexidas (IGP). Actualmente, contamos con máis de 2.500 produtos con DOP ou IGP: máis de 1.600 diferentes viños e máis de 180 referencias de queixo con DOP, máis de 100 produtos de conservas vexetais, aceites, legumes e arroz con DOP e IGP, e máis de 230 produtos cárnicos con IGP. Ademais, contamos con máis de 1.180 produtos con marcas de calidade diferenciada como Eusko Label, Reyno Gourmet ou Terra de Sabor, entre outras.

O diálogo coas empresas produtoras agroalimentarias locais é peza fundamental para este modelo de colaboración, polo que mantemos con eles encontros periódicos para seguir fomentando e innovando na estratexia común que compartimos cos pequenos produtores en aras de fomentar a diversidade no sector primario. En 2021 organizamos tres mesas sectoriais no País Vasco e Navarra para analizar a situación actual e futura dos sectores de hortaliza, viño e sidra. Así mesmo, co fin de seguir avanzando na mellora dos nosos "Compromisos PEME", realizamos unha enquisa entre máis de 650 pequenos produtores e PEMES cos que colaboramos, enquisa na que os produtores destacan a

nosa dispoñibilidade e accesibilidade, a elevada esixencia con respecto á calidade e o noso compromiso público cos produtores locais e o feito de poñelo en práctica.

Ademais, asinamos dous acordos institucionais: un acordo de colaboración co Goberno de Aragón para o desenvolvemento e promoción do produto aragonés no mes de xullo, e a renovación do Convenio coa Federación de Cooperativas de Cataluña en agosto.

Programa de Acompañamento a produtores locais

EROSKI traballou en 2021 no desenvolvemento dunha nova ferramenta ao servizo dos seus pequenos produtores agroalimentarios, para promover un maior coñecemento e compromiso coas empresas proveedoras locais de EROSKI e a súa contorna, proporcionar formación e apoio para unha mellora continua, acompañar e guiar cara a unha maior calidade dos produtos e un mellor comportamento ambiental e social, e lograr unha maior transparencia na cadea de subministración. O proxecto, que se lanzará no País Vasco no primeiro trimestre de 2022, conta cunha primeira fase, de diagnóstico, cuxo obxectivo é identificar o estado de situación nos diferentes aspectos de calidade, bo goberno, sustentabilidade ambiental, social e económica dos produtores para axudarlles na mellora continua. Despois, nunha segunda fase, EROSKI comunicará a cada produtor o seu estado de situación coa identificación de posibles áreas de mellora.

Finalmente, detectadas as áreas de mellora, EROSKI levará a cabo a terceira fase, a de formación a través de seminarios dixitais, boletíns informativos e xornadas técnicas para facilitar aos produtores a capacitación dos seus traballadores e o desenvolvemento de melloras nos seus produtos e procesos. Este programa de acompañamento será continuado para dispoñer dun diagnóstico actualizado e proporcionar contidos de interese variados no tempo.



Promoción dos produtos locais

O obxectivo de EROSKI de fomentar os produtos locais esténdese tamén ao traballo por divulgar e promover os valores culturais, gastronómicos e culinarios que son inherentes a eles. Mentres que a nosa oferta de produtos de proximidade continúa aumentando de maneira constante nos últimos anos, en EROSKI tamén estamos implicados na promoción do consumo destes alimentos autóctonos como vía para manter a nosa cultura gastronómica, a nosa economía e as nosas paisaxes.

Neste sentido, continuamos coa dinamización comercial a través da realización de campañas todos os meses do ano en todas as rexións, atendendo á temporalidade do

produto e en moitas ocasións da man de Consellos Reguladores e Marcas de Calidade. Así mesmo, incorporamos desde xuño 2021 novos elementos de comunicación, tanto na canle física como na dixital, e impulsamos a realización de eventos dixitais.

Dentro das accións que buscan recoñecer iniciativas con impacto local, en 2021 Basque Culinary Center e EROSKI recoñeceron a tres antigos alumnos, cuxos proxectos están a transformar a maneira de entender a alimentación e a gastronomía no marco dos "Recoñecementos EROSKI- BCC Onenak 2021".



Fomento da cultura, lecer e contorna local

413-1; 413-2

O fomento das iniciativas máis locais de EROSKI busca favorecer o benestar das persoas próximas á nosa rede comercial e poñer en valor a cultura e tradicións máis próximas.

Promoción e difusión das linguas locais

En EROSKI consideramos as linguas locais como parte esencial do patrimonio cultural das comunidades da nosa contorna e, en consecuencia, traballamos de forma continua para a súa promoción e difusión. Non é casual que sexamos, desde hai décadas, a única empresa de distribución que ofrece a etiquetaxe dos seus produtos de marca propia en éuscaro e no resto das linguas oficiais. Ademais, colaboramos en distintas iniciativas externas que promoven o seu uso.

No caso do éuskera, participamos na Feira do Libro e Disco Vasco de Durango (Durangoko Azoka), a máis sinalada do calendario no ámbito da promoción da lingua vasca, e na que estamos presentes dende hai décadas. Tamén colaboramos coas principais actividades de promoción do éuscaro no sector educativo en cada territorio (Ibilaldia, Araba Euskaraz, Kilometroak e Nafarroa Oinez), nas que máis de 6.000 persoas participaron nos eventos da Escola de Alimentación da Fundación EROSKI organizados nelas, dirixidos ao fomento de hábitos alimentarios saudables entre os escolares e as familias. Ademais, desenvolvemos iniciativas e proxectos como o Plan de Éuscaro, para conseguir contornas bilingües e aumentar o uso do éuscaro dentro da organización.

Tamén en Galicia poñemos en valor a cultura e a lingua da rexión sumándonos a todas aquelas iniciativas que están estreitamente ligadas á sociedade galega. Por exemplo, como en exercicios anteriores, en 2021 continuamos apoiando a celebración do Día das Letras Galegas.

Estas accións únense ao esforzo continuado que facemos para que a revista CONSUMER EROSKI poida ser lida en castelán, éuscaro, galego e catalán. Tamén as revistas EROSKI Club e Sabor- CAPRABO están dispoñibles nos idiomas oficiais dos territorios nos que operamos.

Lecer e cultura

Así mesmo, tentamos achegar a cultura ás persoas consumidoras a través de diversos patrocinios como, por exemplo, o do festival cultural Musikaire, que ten lugar anualmente en Elorrio, onde se sitúa a nosa sede social.

Tamén VEGALSA-EROSKI colaborou un ano máis coa Carreira de Obstáculos pola integración ENKI, que busca a igualdade de oportunidades no acceso ao goce dos bens de carácter cultural na cidade da Coruña, e a eliminación dos obstáculos para a plena participación de toda a cidadanía nos mesmos, con especial atención ás persoas con discapacidade. Ademais, impulsou a cultura local co patrocinio de tres das citas musicais do verán en Galicia: o Morriña Fest, o Resurrection Fest e o Caudal Fest; así como da iniciativa de intercambio artístico e profesional Camiño Escena Norte na súa terceira edición.

Así mesmo, conscientes da importancia do deporte na sociedade actual e para desenvolver unha vida saudable, tamén apoiamos actividades deportivas organizadas na nosa contorna máis próxima.

No País Vasco colaboramos con carreiras e actividades populares como a Subida a Artxanda. Ademais, asinamos un acordo coa Agrupación Deportiva de Baloncesto Feminino ARASKI e a Fundación Ciclista de Euskadi para impulsar o desenvolvemento e a promoción de hábitos saudables a través da alimentación e o deporte.



Plátano

EROSKI Natur de

325 agricultores de

La Palma

7

Compromiso
coa
sociedade

Donamos
10 céntimos
por kilo vendido

A través de:



Cruz Roja



OVERVIEW, CC BY 2.0





Nosa contribución á sociedade

413-1; 413-2

En EROSKI, desde a nosa orixe, desenvolvemos unha acción social diversa para contribuír de maneira efectiva a facer posible unha sociedade máis xusta e solidaria. Para iso, implicamos aos traballadores e traballadoras, promovendo á súa vez a participación da clientela na proposta e desenvolvemento de campañas e iniciativas sociais de ámbito local e nacional. Así é como orientamos a acción social cara ás diferentes necesidades e sensibilidades dos nosos grupos de interese.

Para materializar as accións en favor da sociedade, dedicamos un mínimo do 10% dos nosos beneficios ao Fondo de Contribución Obrigatoria para Educación e Promoción Cooperativa e Outros Fins de Interese Público (COFIP). Estes recursos económicos canalízanse a través da Fundación EROSKI, constituída en 1997, que desenvolve a súa actividade de segundo catro grandes eixes de actividade:

1. A formación e información das persoas consumidoras.
2. A promoción educativa, cultural e profesional, en especial en materia consumerista e de compromiso coa contorna e o medio ambiente.
3. A solidariedade e promoción asistencial.
4. A investigación, desenvolvemento e innovación en relación co consumerismo, alimentación, medio ambiente e os hábitos de vida saudables.

Para articular estes eixes, a Fundación conta cun equipo técnico multidisciplinar que promove accións en favor das persoas consumidoras, realiza campañas de divulgación, edita revistas e guías, ofrece bolsas e axudas e colabora con organizacións sociais. O Padroado da Fundación garante que o Plan de Actuación definido anualmente se desenvolva baixo os principios de imparcialidade, independencia, transparencia, eficiencia e responsabilidade.

Desta forma, apoiamos accións ben por iniciativa propia ou mediante o establecemento de convenios de colaboración con terceiros para o desenvolvemento social e cultural da nosa contorna.

As achegas económicas en 2021 de EROSKI e os seus clientes para fins sociais ascenderon en total a 13.579.518€, distribuídos nos seguintes campos da acción social:

Distribución das achegas para acción social



Programa de doazón de céntimos solidarios

413-1; 413-2

En 2021 consolidamos o programa de doazón permanente lanzado en novembro de 2020, a través do cal facilitamos a solidariedade dos nosos clientes día a día nas nosas tendas. A través deste programa, os clientes de EROSKI e CAPRABO poden facer unha pequena doazón á causa benéfica que estea en marcha en cada momento ao pagar a súa compra con tarxeta ou móbil. A achega, sempre voluntaria e confidencial, é unha pequena cantidade simbólica de 10 céntimos para compras entre 5 e 30 euros, e de 20 céntimos para compras superiores a 30 euros, que EROSKI complementa cunha achega propia.

Os máis de 2 millóns de euros doados a través dos 14 millóns de doazóns de céntimos solidarios foron destinados a 368.000 persoas a través de 260 entidades sociais, que financiaron proxectos de axuda á infancia, á conservación do medio ambiente, á loita contra o cancro, aos maiores, a persoas en risco de exclusión social, con discapacidade, enfermidades dexenerativas e a vítimas de violencia de xénero.

Indicadores do programa de doazón de céntimos solidarios desde o seu inicio

Máis de **3 millóns de euros** doados

435.000 persoas axudadas

260 entidades sociais coas que colaboramos

Doazóns do programa no exercicio 2021

Mes	Colectivo apoiado	Doazóns de EROSKI e os seus clientes (euros)
Febreiro 2021	Nenos e nenas con cancro	213.053
Marzo 2021	Mulleres e infancia vítimas da violencia de xénero	193.537
Abril 2021	Persoas con enfermidades neurodexenerativas	277.698
Maio 2021	Familias en risco de exclusión social	175.760
Xuño 2021	Protección do medio ambiente	154.347
Xullo 2021	Persoas maiores en situación de vulnerabilidade	160.138
Agosto 2021	Persoas con discapacidade	144.898
Setembro 2021	Nenos e nenas en situación de vulnerabilidade	218.388
Outubro 2021	Mulleres con cancro	153.543
Novembro e decembro 2021	Familias en situación de vulnerabilidade	343.251
Xaneiro 2022	Refuxiados e cooperación internacional	138.109

Construímos o noso Plan de Solidariedade 2022 desde a escoita

O Plan Solidariedade que EROSKI elaborou ao longo do exercicio para o ano 2022 nace tras a iniciativa de escoita e convocatoria solidaria que puxo en marcha para recoller as opinións e propostas de entidades sociais, traballadores, clientes e cidadanía a fin de elixir os proxectos sociais beneficiarios do seu programa de doazón de céntimos solidarios e engadir novas entidades como receptoras dos alimentos doados a través do seu programa Desperdicio Cero.

Máis de 12.400 persoas participaron na escoita realizada en setembro de 2021 achegando as súas respostas e 289 entidades sociais que presentaron 464 proxectos solidarios para acceder ao programa permanente de EROSKI e poder reforzar o seu impacto benéfico entre quen máis o necesita.

A análise realizada por un Comité Asesor formado por ONG, consumidores e socios serviu para construír o plan final para este 2022 e o recadado a través do programa solidario será destinado a causas como a axuda á infancia ou ás mulleres con cancro, o apoio a mulleres e nenos vítimas de violencia de xénero, asistencia ás persoas con enfermidades neurodexenerativas ou con enfermidades raras, o respaldo ás persoas con discapacidade, colaboración coas familias ou maiores en situación de vulnerabilidade ou a protección do medio ambiente e dos animais sen fogar.

Respondemos ante a emerxencia social

413-1; 413-2

Nestes tempos de pandemia e de dificultades económicas para moitas familias, a solidariedade adquire gran importancia para saír adiante. Ademais, xurdiron novas emerxencias sociais como a erupción do volcán da Palma. Neste contex-

to, EROSKI reforzou as súas iniciativas solidarias para que as persoas que máis o necesitan teñan cubertas as súas necesidades básicas de nutrición e hixiene.

Campaña de emerxencia a favor dos afectados polo volcán de La Palma

Xunto os nosos clientes doamos máis de 435.000 euros a favor das persoas afectadas pola erupción do volcán de Cumbre Vieja de La Palma grazas á campaña solidaria de emerxencia que puxemos en marcha en toda a rede comercial.

Os fondos recadados, máis a cantidade adicional achegada por EROSKI, canalizáronse a través de Cruz Vermella, entidade que está a traballar de forma directa en apoio á poboación damnificada por esta catástrofe.

A acción solidaria contivo dúas liñas de traballo. Por unha banda, animamos aos clientes para consumir Plátano de Canarias como forma de apoio ao sector bananeiro e á poboación afectada pola erupción do volcán. EROSKI doou 0,10 euros por cada quilo de plátanos EROSKI Natur vendido. Doutra banda, apelamos á colaboración dos seus clientes habilitando un mecanismo de doazón voluntaria ao seu paso por caixa.

Campañas cos Bancos de Alimentos

En 2021 cumprimos 25 anos de colaboración coa Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL), á que doamos os alimentos recollidos anualmente nas nosas tendas: a "Operación Quilo", en xuño, e a "Gran Recollida de Alimentos", en novembro. Estes alimentos destínanse a aquelas persoas de cada comunidade afectadas por dificultades económicas e en risco de exclusión social, que se viron agravadas coa pandemia. En 2021, debido á crise sanitaria, non foi posible a recollida física de produto, que foi substituída pola posibilidade de colaborar doando o importe elixido por cada cliente na liña de caixas das nosas tendas, á que, como sempre, EROSKI engade a súa achega propia. Grazas a iso, doamos entre todos máis de 3 millóns de comidas a través destas campañas en tenda a favor dos Bancos de Alimentos, conseguindo así poder alimentar a 1.200 familias durante un ano.

Tarxeta de compra para fins sociais

A tarxeta de compra para fins sociais de EROSKI e CAPRABO axuda a canalizar a axuda asistencial de concellos e entidades sociais a cidadáns e familias en situacións de emerxencia. A tarxeta persoal entégase a cada usuario cun importe cargado inicialmente, e ofrece a posibilidade de realizar de forma automática recargas de saldo periódicas personalizadas segundo as indicacións da entidade. A súa aparencia, similar ás tarxetas regalo ou de fidelización de EROSKI, permite normalizar o acceso ás necesidades básicas dunha forma integradora e non meramente asistencial, priorizando a solidariedade, a seguridade, a confidencialidade, a autonomía e a dignidade das persoas como os valores fundamentais deste programa.

En 2021 colaboramos con máis de 130 entidades públicas e sociais para facilitar a canalización das súas axudas asistenciais a persoas en situación vulnerable a través da tarxeta de compra para fins sociais. O diñeiro canalizado a través das tarxetas equivale a máis de 10 millóns de comidas ao ano.

Programa Desperdicio Cero

En EROSKI seguimos traballando para erradicar o desperdicio alimentario. O noso protocolo de actuación garante a seguridade alimentaria nas doazóns de todos os produtos frescos e de alimentación que, estando en perfectas condicións de consumo, retiramos dos nosos lineais para cumprir co noso compromiso cos clientes de frescura máxima e aspecto do envase. Asegurámonos de que os produtos doados manteñan a súa cadea de frío tamén na entidade receptora da doazón, asegurando as mesmas garantías no seu transporte e instalacións ata que o alimento é consumido.

O criterio de asignación e a entrega final destes produtos ao destinatario realízase a través de máis dun centenar de entidades sociais de todo o territorio nacional coas que asignamos convenios de colaboración. En 2021, EROSKI doou máis de 5.600 toneladas de alimentos e produtos básicos destinados aos colectivos máis desfavorecidos a través dun centenar de organizacións sociais.

EROSKI conta co recoñecemento Premio Espiga de Ouro, o máximo galardón que outorga a Federación Española de Banco de Alimentos a aquelas organizacións que destacan pola súa colaboración na redistribución solidaria dos excedentes alimentarios.

Durante este 2021, EROSKI e os seus clientes doaron máis de 17 millóns de comidas básicas destinados aos colectivos máis desfavorecidos. A cifra equivale a alimentar a máis de 4.200 familias durante un ano.

Outras accións solidarias

413-1; 413-2

As nosas campañas van máis aló da solidariedade alimentaria, prestando apoio a colectivos vulnerables e promovendo o compromiso co medio ambiente a través de hábitos de

consumo que favorezan a preservación dos recursos naturais. Destacamos a continuación algunhas delas.

Apoio ás persoas afectadas de cancro

EROSKI participou un ano máis en distintas accións coa Asociación Española Contra o Cancro (AECC). Entre outras accións realizou venda de camisetas en outubro, apoio á campaña contra o cancro de pel no verán, apoio ás carreiras da muller, etc. Ademais, CAPRABO realizou unha recollida de donativos para colaborar co programa de atención integral da muller con cancro.

Campaña Mide Sorrisos a favor de persoas con enfermidades de Baleares

Por décimo ano consecutivo, EROSKI levou a cabo a campaña Mide Sorrisos nas súas tendas de Baleares, coa que se recadaron 49.000 euros a favor de 14 organizacións locais que atenden a distintos colectivos afectados por enfermidades como esclerose múltiple, diabetes ou cancro, entre outras.

Campaña con Proxecto Home en Baleares

En 2021 desenvolvemos a campaña Contigo a vida colle cor en Baleares, que ofrece aos clientes dos supermercados un obxecto orixinal a cambio dun euro para colaborar coa fundación Proxecto Home. Recadáronse 40.000 euros que se destinarán aos programas de axuda ás persoas drogodependentes da illa que ten esta entidade.

Xestión de residuos téxtiles solidaria e sustentable

Como cada ano, a roupa e calzado que os clientes levaron as nosas tendas para a súa reutilización ou reciclaxe foi xestionada por entidades como Koopera, Humana Fundación Pobo para Pobo ou INS3RTEGA, entre outras, e destináronse os máis de 21.000 euros de beneficios a proxectos sociais.

Cooperación internacional

En EROSKI cremos que a solidariedade debe cruzar fronteiras e por iso as nosas campañas tamén poñen o foco en responder necesidades urxentes aos que están máis lonxe.

Ademais da campaña do programa Céntimos Solidarios a favor de UNICEF, ACNUR ou MUNDUKIDE, continuamos un ano máis doando artigos de consumo non alimentario (xoguetes, calzado, roupa, material escolar e produtos ópticos, entre outros) a nenos en Latinoamérica a través da Federación Nenos do Mundo, organización que traballa para o desenvolvemento humano sustentable e a cooperación internacional. En 2021 as doazóns chegaron a un valor de 273.000 euros.

Apoio ás familias

EROSKI mantén convenios de colaboración para o apoio ás familias numerosas con entidades como Hirukide, Fanoc e Familia XL, entre outras. Ademais, conscientes das necesidades particulares deste tipo de familias, ofrecemos vantaxes especiais a través das nosas tarxetas de fidelización e de iniciativas como a Tarxeta Benvida da Xunta de Galicia en VEGALSA-EROSKI ou o programa Benvido Bebé de CAPRABO. **Así, durante 2021 máis de 20.000 familias numerosas beneficiáronse dun aforro de máis de 1,1 millóns de euros.**

Estas accións complementáanse coa ferramenta online Benvida Matrona de CAPRABO, grazas ao que os proxenitores poden dispoñer das respostas a todas as cuestións que máis lles preocupan durante o embarazo, o parto e ao longo dos primeiros anos de vida do bebé. Esta é unha iniciativa que conta co apoio de organizacións como FAME (Federación de Asociacións de Matronas de España), AEM (Asociación Española de Matronas) e o pediatra Dr. J. Mateu Sancho.



Delegatuen
Batzar Nagusia
Asamblea General de
Personas Delegadas

EROSKI

8

Compromiso
coa
transparencia

EROSKI
Koop E - S Coop

Garai bat amaitu,
beste bat hasiteko.
El final de una etapa,
el comienzo de una nueva.

Resultados financeiros

102-7; 201-1;

Co avance do proceso de vacinación o exercicio 2021 iniciou certa tendencia á recuperación dos hábitos de consumo previos á pandemia, pero con todo as distintas ondas de contaxios xurdidas no ano impediron que se poida considerar un exercicio normalizado. De feito, finalizouse o exercicio cunha importante sexta onda e medidas restritivas no lecer e restauración.

O volume de actividade reduciuse respecto ao ano anterior no que o confinamento induciu a un importante aumento nas cifras do negocio alimentario. Nos negocios nos que as medidas restritivas de mobilidade do ano 2020 influíron negativamente, aqueles ligados ao lecer deporte, e principalmente viaxes, non recuperaron a normalidade quedándose moi lonxe dos volumes de actividade prepandémicos.

Os custos fóronse axustando á actividade, e poderíase observar unha mellora no resultado operativo, respecto ao obtido no exercicio 2019, se non fora polo grande impacto que nos últimos meses do ano tivo a escalada de prezos da enerxía. En poucos meses supuxo un elevadísimo custo que non se puido trasladar directamente ao mercado.

Ao longo do exercicio culminouse a entrada do socio EPCG no capital dos negocios ligados a Cataluña e Baleares. Con esta incorporación refórzase o proxecto do Grupo especialmente centrado en ambas as dúas áreas xeográficas.

Destaca adicionalmente a significativa redución da débeda acometida no exercicio de máis de 450 millóns de euros, o que permite alcanzar niveis razoables de apalancamento financeiro.

Valor económico directo xerado e distribuído (miles de euros)

	2021	2020	2019
Ingresos ordinarios	4.792.390	5.051.067	4.835.650
Vendas netas distribución	4.541.380	4.807.439	4.584.227
Outros ingresos sen rendemento venda inmovilizado	251.009	243.628	251.423
Beneficio operativo (antes de deterioracións, resultados venda inmovilizado e actividades non correntes)	185.475	252.411	193.840
Deterioro, resultado venda inmovilizado e activos non correntes	-63.914	-198.963	-162.602
Beneficio antes de xuros e impostos	121.562	53.448	31.238
Resultado financeiro	33.147	-104.503	57.526
Participación beneficio/perdas das inversións aplicando método de participación	221	232	1.436
Imposto sobre as ganancias	-50.316	-26.740	-45.028
Beneficio neto por actividades interrompidas	0	0	0
Resultado do exercicio	104.614	-77.562	45.173

Taxonomía de Finanzas Sustentables

A Taxonomía de Finanzas Sustentables da Unión Europea (UE) é unha ferramenta para que os investidores poidan identificar oportunidades de investimento que cumpran coas políticas ambientais. En xuño de 2021, a UE publicou dous actos delegados nos que se define a listaxe das actividades que contribúen á mitigación e adaptación ao cambio climático, mentres que os actos delegados para os restantes catro obxectivos publicaranse, previsiblemente, a finais do 2022. A Taxonomía da UE ten o propósito, tamén, de determinar se a actividade económica non causa un prexuízo significativo a ningún dos demais obxectivos ambientais e cumpre cunhas garantías mínimas sociais.

Como entidade de interese público, desde EROSKI debemos reportar para o exercicio 2021 a elixibilidade das nosas actividades e produtos de acordo á Taxonomía da UE e as porcentaxes das variables económico-financieiras da elixibilidade.

En concreto:

- Porcentaxe do volume de vendas que se axustan á Taxonomía sobre o total.
- Porcentaxe de CapEx (gasto en capital) que se axusta á Taxonomía sobre o total.
- Porcentaxe de OpEx (gasto operacional) que se axusta á Taxonomía sobre o total.

Identificáronse un total de 9 actividades e produtos elixibles dentro do obxectivo ambiental de mitigación ao cambio climático. Por exemplo, a instalación de equipos de eficiencia enerxética, as bombas de calor eléctricas, as placas fotovoltaicas, o renting de vehículos comerciais lixeiros ou o investimento no mantemento de servidores de datos.

A continuación, preséntase un resumo das nosas actividades elixibles coas súas correspondentes variables económico-financieiras.

Indicadores económicos da taxonomía verde (miles de euros)

Actividades elixibles	Actividade da taxonomía	Vendas	% Vendas	CapEx	% CapEx	OpEx	% OpEx
Bombas de calor eléctricas	4.16 Instalación e explotación de bombas de calor eléctricas					210.000	0,17%
Valorización de residuos non perigosos	5.9 Valorización de materiais de residuos non perigosos	4.548.587	0,10%			3.933.981	3,17%
Renting de vehículos comerciais lixeiros	6.5 Transporte por motocicletas, turismos e vehículos comerciais lixeiros					1.607.677	1,30%
Construción de edificios novos	7.1 Construción de edificios novos			2.761.258	1,25%		
Renovación de edificios existentes	7.2 Renovación de edificios existentes			5.976.757	2,72%		
Instalación de equipos de eficiencia enerxética	7.3 Instalación, mantemento e reparación de equipos de eficiencia enerxética					2.155.727	1,74%
Instalación de equipos para medir, regular e controlar a eficiencia enerxética dos edificios	7.5 Instalación, mantemento e reparación de instrumentos e dispositivos para medir, regular e controlar a eficiencia enerxética dos edificios			52.042	0,02%		
Instalación e compra de paneis solares fotovoltaicos	7.6 Instalación, mantemento e reparación de tecnoloxías de enerxía renovable			69.000	0,03%		
Xestión de datos de clientes	8.1 Proceso de datos, aloxamento e actividades relacionadas					1.348.121	1,09%
Total actividades elixibles (mitigación cambio climático)		4.548.587	0,10%	8.859.057	4,02%	9.255.507	7,47%

Os resultados obtidos resúmense nos seguintes aspectos máis relevantes:

- Observando as magnitudes relativas, o produto ou actividade cunha maior porcentaxe de vendas en relación coa elixibilidade da Taxonomía é a valorización de residuos non perigosos cun 0,10% respecto ao total. Así mesmo, para a magnitude de OpEx, a maior porcentaxe corresponde tamén á actividade mencionada anteriormente, cun 3,17% respecto o total. Finalmente, polo que respecta á magnitude de CapEx, a maior porcentaxe corresponde á renovación de edificios existentes, cun 2,72% respecto o total.
- En relación cos totais de actividades e produtos elixibles, a maior porcentaxe respecto o total corresponde ao OpEx cun 7,47%, seguido da porcentaxe de CapEx cun 4,03% e finalmente, a porcentaxe de vendas cun 0,10%.

En 2022 ampliárase a información para o resto de obxectivos ambientais que se regulen durante o exercicio e revisarase as tres variables de aliñamento das actividades económicas que marca a Taxonomía, que son:

- Cumprimento dos criterios técnicos de selección (contribución substancial).
- Cumprimento dunhas garantías sociais mínimas.
- Non causar un prexuízo significativo a ningún dos obxectivos ambientais da Taxonomía.

Alcance da memoria e principios de elaboración

102-45

En EROSKI traballamos para mellorar e ampliar cada ano a información de desempeño que presentamos aos nosos grupos de interese como parte do noso compromiso coa transparencia dentro e fóra da organización. Por iso, elaboramos esta memoria en base cos estándares de Global Reporting Initiative (GRI), unha institución independente fundada en 1997 que é o marco de referencia máis usado a nivel mundial en informes de sustentabilidade. Ao aplicar os criterios e principios recollidos nos estándares de Global Reporting Initiative buscamos asegurar que a calidade da memoria e o seu contido estean aliñados coas expectativas dos nosos grupos de interese, ademais de permitir a comparación dos distintos indicadores reportados cos nosos resultados en anos sucesivos e cos informes presentados por outras organizacións.

As sociedades para as que se reportan datos nesta memoria

son aquelas afectadas pola lei 11/2018 de información non financeira e diversidade. Estas son as 22 sociedades incluídas no Anexo I dos estados consolidados financeiros con integración global, aínda que non todas teñen un impacto en todos os aspectos non financeiros reportados na memoria. Non se inclúen as empresas incluídas en Anexo II dos estados financeiros, as chamadas empresas asociadas, xa que son sociedades nas que non temos o control, entendido en virtude do artigo 42 do Código de Comercio, e, ademais, a maioría delas non contan con traballadores nin realizan ningún tipo de actividade. Por iso, considérase que non implican riscos non financeiros e exclúense deste documento.

A seguinte táboa presenta a desagregación de sociedades do Anexo I dos estados consolidados financeiros por agrupación de aspectos materiais reportados.

I Sociedade do Grupo EROSKI e a súa cobertura

Sociedade	Aspectos económicos e protección de datos	Aspectos ambientais	Aspectos sociais/laborais/ produto-cliente
EROSKI, S.COOP.	✓	✓	✓
CAPRABO, S.A.	✓	✓	✓
CECOSA HIPERMERCADOS, S.L.	✓	✓	✓
CECOSA SUPERMERCADOS, S.L.	✓	✓	✓
EQUIPAMIENTO FAMILIAR Y SERVICIOS, S.A.	✓	✓	✓
EROSKI HIPERMERCADOS, S.COOP.	✓		✓
FORUM SPORT, S.A.	✓	✓	✓
GRUPO EROSKI DISTRIBUCIÓN, S.A.	✓	✓	✓
PENINSULACO, S.L.	✓	✓	✓
VEGONSA AGRUPACIÓN ALIMENTARIA, S.A. e sociedades dependentes	✓	✓	✓
VIAJES EROSKI, S.A.U.	✓	✓	✓
APORTACIONES FINANCIERAS EROSKI, S.A.	✓		
CECOGOICO, S.A.	✓		
CECOSA DIVERSIFICACIÓN S.L.	✓		
CECOSA INSTITUCIONAL, S.L.	✓		
DESARROLLOS COMERCIALES DE OCIO E INMOBILIARIOS DE ORENSE, S.A.	✓		
DESARROLLOS INMOBILIARIOS LOS BERROCALES, S.A.	✓		
GESTIÓN DE PARTICIPACIONES FORUM, S.C.P.	✓		
INMOBILIARIA RECARÉ, S.A.U.	✓		
JACTUS SPAIN, S.L.	✓		
NEWCOBECO, S.A.	✓		
SOCIEDAD FRANQUICIAS EROSKI CONTIGO, S.L.	✓		
SUPRATUC2020, S.L.	✓		

A ausencia de reporte en información ambiental ou social nalgunhas destas sociedades débese a que non contan con traballadores nin actividade directa con persoas consumidoras, polo que non xeran ningún impacto neses aspectos non financeiros. Adicionalmente, inclúese información sobre as accións da Fundación EROSKI en relación co estándar GRI-413 de Comunidades locais.

Destas sociedades, as que son propietarias de establecementos para os distintos negocios que presentamos no capítulo 2 (Un modelo de negocio comprometido "contigo") son as seguintes:

I Sociedades propietarias de establecementos por negocio

Sociedade	Hiper-mercados	Super-mercados	Gasolineiras	Ocio e deporte	Axencias de viaxes	Ópticas	Tendas online
EROSKI, S.COOP.	✓	✓				✓	✓
CAPRABO, S.A.		✓	✓				✓
CECOSA HIPERMERCADOS, S.L.	✓		✓			✓	
CECOSA SUPERMERCADOS, S.L.		✓	✓				
EQUIPAMIENTO FAMILIAR Y SERVICIOS, S.A.		✓					
FORUM SPORT, S.A.				✓			✓
PENINSULACO, S.L.		✓					
VEGONSA AGRUPACIÓN ALIMENTARIA, S.A.	✓	✓	✓			✓	✓
VIAJES EROSKI, S.A.					✓		✓



Os nosos grupos de interese

102-40; 102-42

A nosa actividade xera impactos en diferentes grupos de interese e viceversa. Estas persoas, grupos, colectivos e organizacións son moi importantes para nós, xa que existe unha interacción e cooperación mutua, fortalecida e traballada cos anos. Por tanto, comprendelos e involucralos nas nosas actividades e decisións é básico no desenvolvemento da nosa Responsabilidade Social e no control dos nosos impactos. Para iso, a actual complexidade e dinamismo do contexto social e empresarial fixo imprescindible adquirir un compromiso sólido con eles para coñecer as súas expectativas e desafíos.

Diferenciamos entre grupos de interese internos, é dicir, aqueles grupos ou persoas que son parte integral do Grupo EROSKI, e grupos de interese externos, que inclúen desde a nosa clientela ata gobernos ou entidades sociais:



Grupos de interese externos



Mecanismos de comunicación específicos e cuestións e preocupacións clave identificadas para cada grupo de interese

102-44

Mecanismos de comunicación específicos e cuestións e preocupacións clave identificadas para cada grupo de interese

Grupo de interese	Mecanismos de comunicación específicos	Cuestións e preocupacións clave
Cientes e Socios/as Cliente	Servizo de atención ao cliente (en tenda, teléfono e web) Revista EROSKI Club Revista Sabor de CAPRABO Estudios de satisfacción de clientes Programas de escoita á clientela Folletos promocionais App EROSKI Newsletters	Innovación Cumprimento normativo Empresa socialmente responsable Saúde e seguridade dos clientes Protección de datos Rastrexabilidade de produto Competitividade no mercado Desperdicio alimentario
Persoas consumidoras	Revista consumer.es Escuela de Alimentación Eroski (www.escoladadelimentacion.es) CONSUMER EROSKI Enquisa Nutricional da Poboación Española (ENPE) Campañas de sensibilización (saúde, solidariedade e medio ambiente) Institucións públicas e organizacións que velan polos intereses dos consumidores (Kontsumobide, Consello de Consumidores e Usuarios, AECOSAN, etc.) Notas e roldas de prensa	Servizo de atención ao cliente Competitividade no mercado Saúde e seguridade dos clientes Promoción de hábitos de consumo saudables e sostibles Empresa socialmente responsable Márketing e etiquetaxe Desperdicio alimentario Rastrexabilidade do produto
Persoas traballadoras	Publicacións: Nexo, Néctar, A Parrapla, intranets (Prisma, ForumNet), actas, comunicacións en sede Entrevistas de avaliación Enquisas de cultura laboral Auditorías (Código ético) Canle de denuncia	Cumprimento normativo Protección de datos Saúde e seguridade no traballo Saúde e Seguridade dos clientes Emprego Conciliación Anticorrupción Xestión ética e responsable
Socios/as Traballadoras	Órganos de participación societaria Manual de acollida Mecanismos propios de persoas traballadoras	Cuestións inherentes ás persoas traballadoras
Socios/as Consumidoras	Órganos de participación societaria Newsletters Mecanismos propios de Socios/as Cliente e persoas consumidoras	Cuestións inherentes a persoas consumidoras e Socios/as Cliente
Empresas provedoras	Servizo de Atención a Provedores Publicacións: Nexo Loxística EROSKI Acordos con PEME Convenios de colaboración Mesas sectoriais Campañas promocionais de produtos locais Auditorías (Control calidade,...) Foros permanentes e ocasionais	Anticorrupción Cumprimento normativo Rastrexabilidade do produto Desempeño económico Competencia desleal Competitividade no mercado
Entidades financeiras/ Inversores	Informe de Goberno Corporativo Informe Contas Anuais Consolidadas Notas e roldas de prensa Páxina web da CNMV e EROSKI	Innovación Cambio climático Xestión ética e responsable Servizo ao cliente Emprego
Emprendedoras/ franquizados	Programa contigo en franquía Comunicacións directas co persoal da Dirección de Franquias da Dirección Xeral de Rede	Competitividade no mercado Impulso de provedores locais Atención ao cliente Desenvolvemento social e económico do contorna Rastrexabilidade de produto Cumprimento normativo
Gobernos e comunidade empresarial	Acordos e convenios de colaboración. Reunións con representantes públicos. Asociacións empresariais e de cooperativas de consumidores (ACES, ANGED, AECOC, etc.). Outras empresas	Xestión ética e responsable Cambio climático Igualdade de xénero e diversidade Emprego Seguridade e saúde laboral
Terceiro sector e outros axentes sociais	Reunións con representantes das distintas organizacións Comité Científico da Fundación EROSKI Universidades: convenios, bolsas ONG: convenios de colaboración, patrocinios, xornadas, stands	Accesibilidade Cumprimento normativo Desperdicio alimentario Acción social e solidariedade Empresa socialmente responsable Emprego

Análise de materialidade

102-43 - 102-44

Seguindo os principios establecidos polos GRI Standards para definir os contidos da Memoria de Sustentabilidade 2020 levamos a cabo unha actualización da análise de materialidade co fin de incluír e determinar os temas que son relevantes para EROSKI e os seus grupos de interese.

En 2021 actualizamos os resultados da análise de materialidade realizado en 2020 co obxectivo de integrar os resultados da consulta realizada a grupos de interese externos e de incorporar a visión da dobre materialidade. Neste sentido, realizouse unha análise de por que os asuntos ESG son materiais desde unha perspectiva de materialidade de impacto social-ambiental e materialidade financeira.

A análise identificou que temas son relevantes á hora de reflectir os impactos económicos, ambientais e sociais de EROSKI, así como os temas que inflúen nas decisións dos grupos de interese ou que xeran un impacto sobre a economía, o medio ambiente e/ou a sociedade.

O proceso para realizar a matriz de materialidade 2021 desenvolveuse seguindo os seguintes pasos:

1. Análise e identificación de temas materiais. Para identificar os temas potencialmente materiais (relevantes) baseámonos na listaxe de asuntos materiais publicada na Memoria de 2020.
2. Unha vez se obtivo a listaxe de asuntos, realizouse unha priorización que deu como resultado unha listaxe daqueles temas que son máis relevantes para EROSKI e os nosos grupos de interese. Para avaliar se un tema é material a medio e longo prazo consideráronse unha combinación de factores internos e externos. O método de consulta utilizado foi, maioritariamente, unha enquisa online aos grupos de interese na que participaron máis de 1.400 persoas. Na análise de materialidade recóllense as necesidades e expectativas dos seguintes grupos de interese: o persoal, as franquías, os Socios Cliente, os Socios Consumidores, o terceiro sector, os provedores, a Administración Pública, comunidade empresarial, os investidores e os medios de comunicación.
3. A materialidade financeira integrouse na visión interna dos asuntos materiais para obter unha valoración de como as temáticas ESG inflúen na consecución dos nosos obxectivos de negocio e nos nosos resultados financeiros. Neste caso tomáronse os riscos do sector identificados por EROSKI no 2020 e os principais criterios ESG aplicados polos analistas e investidores como o son: SASB, MSCI, e o Yearbook de DJSI, que identifican temas estratéxicamente relevantes para o sector desde unha visión financeira.





4. Os resultados obtidos foron revisados e validados para asegurarse de que a materialidade reflicte de maneira razoable e equilibrada o desempeño de EROSKI en materia de sustentabilidade. Ademais, para obter unha visión tanto dos impactos positivos como dos seus impactos negativos, aplicouse a visión de materialidade de impacto ambiental e social sobre os asuntos materiais resultantes da análise.

5. Para determinar o nivel de impacto social e ambiental, realizouse unha análise de gabinete que incluíu a revisión do Contexto regulamentario ESG normas ESG, así como requisitos legais e futura regulación; a análise dos asuntos materiais dos líderes do sector, os criterios establecidos en estándares de reporte non financeiro e os Obxectivos e metas de Desenvolvemento Sustentable. Fixáronse tres niveles de impacto (baixo, medio e alto), que quedan reflectidos na matriz.

Na actualización deste ano identificáronse os seguintes asuntos materiais novos: Diálogo social empresa-traballador e reputación de marca corporativa de cara ao cliente







































Matriz de materialidade EROSKI 2021

Clasificación do tema material

-  Compromisos, Políticas e Xestión Responsable
-  Clientes, consumidores e responsabilidade de produto
-  Xestión ambiental
-  Emprego e relacións laborais

Impacto no desenvolvemento sostible

-  Impacto alto
-  Impacto medio
-  Impacto baixo

Influencia das avaliacións e decisións dos grupos de interese	alta	<ul style="list-style-type: none">   Comportamento ético, transparente e responsable   Xestión circular de residuos   Cambio climático e consumo responsable de recursos (materiais, enerxía, auga)   Desempeño económico responsable   Acción social e impacto na contorna   Sustentabilidade e rastrexabilidade na cadea de provedores   Emprego estable, de calidade e desenvolvemento profesional 	<ul style="list-style-type: none">   Servizo de atención ao cliente   Saúde e seguridade dos clientes   Impulso de provedores locais   Prácticas de márketing e etiquetaxe responsables   Desperdicio alimentario   Seguridade e saúde laboral   Produtos competitivos en calidade/prezo
	media	<ul style="list-style-type: none">   Ecodeseño de produtos e servizos para que sexan máis sostibles   Diversidade, igualdade e inclusión   Diálogo e relación traballador-empresa 	<ul style="list-style-type: none">   Transformación dixital e protección de datos   Reputación de marca corporativa
	baixa		
	baixa	media	alta
Importancia dos impactos económicos, ambientais e sociais para EROSKI*			

* A importancia dos impactos para EROSKI integra tanto a análise interna como o impacto financeiro dos temas materiais.

Listaxe de temas materiais e a súa cobertura

Na táboa que se mostra a continuación incorporáronse os asuntos máis relevantes, así como os temas que teñen unha relación e importancia coa actividade de EROSKI. A táboa resume onde se produce o impacto do asunto material (fóra ou dentro da organización), a implicación de EROSKI (directa e indirecta), motivo polo que o asunto é material

para EROSKI e, por último, sintetiza a probabilidade de impacto xunto co impacto de EROSKI sobre a contorna a través da súa capacidade transformadora no mesmo.

Asunto Material	Onde se produce o impacto	Implicación de EROSKI	Definición do tema material	Impacto ambiental e social
Servizo de atención ao cliente GRI 102; 416; 417	Fora da organización	Directa	Estratexia comercial deseñada para conseguir a máxima satisfacción do cliente, mantendo unha relación de confianza mutua, a través de: un persoal experto, trato humano, máxima calidade, atención personalizada, inmediatez e aposta pola sustentabilidade.	Impacto medio nos consumidores xa que responde as súas necesidades en canto a preferencias de produto e sistemas de compra (compras experienciais, en liña etc); permite atender as necesidades de colectivos vulnerables como os sénior e promoven un consumo de calidade e sostible.
Saúde e seguridade dos clientes GRI 416	Fóra e dentro da organización	Directa e indirecta	Ofrecer produtos máis saudables e adaptados a dietas especiais con suficiente variedade e aprovisionamento co fin de garantir a saúde dos clientes. Establecementos seguros para os clientes con estrito cumprimento das medidas hixiénicas demandadas polas autoridades.	Impacto alto na saúde e seguridade dos clientes pola capacidade de chegada de EROSKI á poboación a través dos produtos que distribúe e dos centros de traballo, onde se establecen garantías de calidade e control da seguridade, especialmente para produtos alimenticios e de hixiene persoal.
Produtos competitivos calidade-prezo	Fóra e dentro da organización	Directa e indirecta	Estratexia de competitividade dirixida a garantir unha diversidade de produtos con prezos competitivos e con altos estándares de calidade	A relación calidade/prezo dos produtos de EROSKI ten un impacto alto no desenvolvemento social por tratarse de produtos básicos e no ambiental polo impacto na súa produción e distribución.
Impulso a provedores locais GRI 204	Fóra da organización	Directa	Prácticas de adquisición locais cun enfoque de apoio ao provedor de proximidade	A actividade de EROSKI ten un impacto alto neste tema pola capacidade de xerar desenvolvemento social e económico nas comunidades onde opera a través do impulso as súas cadeas de subministración. A súa chegada a este tipo de provedores e a capacidade de relación co consumidor final pode impulsar o mercado para produtos locais.
Prácticas de márketing e etiquetaxe responsable GRI 417	Fóra e dentro da organización	Directa e indirecta	Criterios éticos e de responsabilidade en calquera tipo de comunicación de márketing e especialmente ao brindar información sobre os produtos (na etiquetaxe).	Impacto medio pola capacidade de axudar aos consumidores para tomar decisións informadas e acorde coas súas necesidades, así como de poñer en valor e dar visibilidade a empresas responsables, alimentos máis saudables ou restricións alimentarias.

Asunto Material	Onde se produce o impacto	Implicación de EROSKI	Definición do tema material	Impacto ambiental e social
Xestión circular dos residuos GRI 306	Fóra e dentro da organización	Directa e indirecta	Xestión adecuada dos residuos xerados pola produción. Eliminar o desperdicio na súa orixe e atopar usos alternativos para o que queda, desenvolvendo e buscando tecnoloxías e procesos que continúen reducindo a pegada de desperdicio. O modelo de produción e consumo baseado no principio "pechar o ciclo de vida" dos produtos axuda a cumprir este compromiso.	Impacto alto pola xeración de residuos en produción, distribución, packaging e ingredientes e a capacidade de chegada ao consumidor final para promover hábitos máis sostibles.
Desperdicio alimentario GRI 306	Fóra e dentro da organización	Directa	Planificación na xestión do stock, a adecuada conservación e boas prácticas da manipulación de alimentos, incluíndo a concienciación aos consumidores.	As medidas implantadas para reducir o desperdicio teñen alto impacto tanto nas súas operacións como promovendo bos hábitos entre os consumidores e na cadea de subministración.
Seguridade e saúde laboral GRI 403;404	Dentro da organización	Directa	Aplicación de medidas e desenvolvemento das actividades necesarias para a prevención de riscos derivados do traballo, evitando sucesos e danos que poidan afectar a súa saúde ou integridade. Impulso de contornas laborais seguros.	Ten un impacto alto pola actividade nos seus propios centros de traballo e a súa capacidade de tracción na súa cadea de valor. O impulso a unha contorna de traballo seguro implica un impacto positivo nesta materia.
Diversidade, igualdade e inclusión GRI 405;406	Fóra e dentro da organización	Directa	Aplicación de criterios de meritocracia, respecto e recoñecemento, compensación, orientación ao desempeño e progresión que garantan a igualdade de oportunidades, a diversidade e inclusión na compañía.	Impacto alto en empregabilidade de colectivos menos representados e por poñer a disposición produtos especializados para determinadas minorías, fomentando a igualdade e inclusión.
Comportamento ético, transparente e responsable GRI 101; 205	Fóra e dentro da organización	Directa	Desenvolvemento dun comportamento empresarial ético e responsable, adoptando medidas para fomentar a transparencia, o cumprimento normativo e previr a corrupción e calquera tipo de delitos.	Toda a regulación, estándares incentivan ás empresas para ser transparentes cos seus grupos de interese para que rendan contas da súa desempeño, establezan procesos de mellora e relacións de confianza. Trátase dun impacto alto.
Cambio climático e consumo responsable de recursos (materiais, enerxía e auga) GRI 301; 302; 305	Fóra e dentro da organización	Directa e indirecta	Accións contra o cambio climático e redución de emisións, incluíndo o consumo responsable e eficiencia no uso de recursos enerxéticos e da auga, de forma que a compañía cubra as súas necesidades operativas e de produción baixo criterios de respecto polo medio ambiente, xestionando os riscos e minimizando os impactos ambientais da súa actividade e optimizar o consumo de materiais e utilizar materiais ambientalmente sostibles.	Impacto alto pola pegada climática en toda a cadea de valor e a capacidade de minimizar o impacto a través de accións de consumo responsable de recursos, eficiencia enerxética e tracción coa cadea de valor. Ademais, conta con ampla chegada ao consumidor.
Desempeño económico responsable GRI 201	Fóra e dentro da organización	Directa e indirecta	Crece economicamente de forma sólida e sustentable para o desenvolvemento empresarial.	Impacto alto pola capacidade de xerar impacto económico e redistribuír riqueza cos grupos de interese (empregados, provedores, investidores...) e nas comunidades onde está presente.

Asunto Material	Onde se produce o impacto	Implicación de EROSKI	Definición do tema material	Impacto ambiental e social
Transformación dixital, protección de datos persoais e ciberseguridade GRI 418	Fóra e dentro da organización	Directa	Integración de novas tecnoloxías en diversas áreas da empresa, co obxectivo de optimizar os procesos, mellorar a súa competitividade e adaptarse ás novas tendencias, ofrecendo un valor engadido a clientes, mentres que se garante unha protección adecuada dos datos persoais de clientes e provedores, así como a súa confidencialidade.	Impacto alto pola capacidade de xerar impacto económico e redistribuír riqueza cos grupos de interese (empregados, provedores, investidores...) e nas comunidades onde está presente.
Acción social e impacto na contorna GRI 413	Fóra da organización	Directa	Recursos para atender de forma activa as necesidades das comunidades locais. De forma que se contribúa ao seu desenvolvemento e empregabilidade, mellorando o seu benestar social e involucrándose a través da promoción de accións de voluntariado.	Impacto alto na creación de valor socioeconómico xa que cobre necesidades básicas da poboación en condicións de calidade prezo. Ademais, é un actor xerador de emprego local con chegada a territorios dispersos e de riqueza pola acción con provedores.
Sustentabilidade trazabilidade na cadea de provedores GRI 308; 414	Fóra da organización	Directa e indirecta	Responsabilidade nas relacións establecidas ao longo da cadea de subministración con provedores incluíndo criterios éticos, sociais e ambientais e traballando para impulsar un mellor desempeño en materia de desenvolvemento sustentable, incluíndo o respecto dos dereitos humanos.	A actividade de EROSKI ten un impacto alto neste tema pola capacidade de tirar da actividade dos seus provedores para fomentar comportamentos sustentables entre provedores así como para ampliar o mercado para produtos máis respectuosos cos dereitos sociais e coa contorna.
Emprego estable, de calidade e desenvolvemento profesional GRI 401	Fóra e dentro da organización	Directa	Creación de empregos estables, de calidade con políticas de contratación e de salarios que promova o desenvolvemento local, Formación, especialización e desenvolvemento dos profesionais, co obxectivo de mellorar as súas aptitudes e poñer á súa disposición os mellores recursos a fin de contar cun equipo cualificado.	EROSKI ten un impacto alto pola capacidade de xerar emprego de calidade entre os seus propios empregados, incluíndo a xeración de emprego en zonas dispersas e entre colectivos diversos. Ademais, esta capacidade esténdese a súa cadea de valor a través das súas relacións comerciais.
Ecodeseño de produtos e servizos para que sexan máis sustentables GRI 301	Fóra e dentro da organización	Directa e indirecta	Medidas de ecodeseño, reciclabilidade e incorporación de materias primas en empaquetado para xerar o menor impacto negativo posible na contorna. Xestión responsable dos materiais necesarios para envasar e embalar os produtos.	Impacto medio ao tratarse dunha entidade distribuidora de gran consumo con gran capacidade de chegada a través dos seus produtos.
Reputación de marca fronte ao cliente	Fóra da organización	Directa	Reforzar os piares estratéxicos nos que se asenta a estratexia de marca, incluíndo aspectos como a notoriedade da mesma, o seu propósito, a súa misión, visión e valores ou o seu posicionamento no mercado, entre outros aspectos.	O impacto da reputación da marca cara aos clientes é baixo pois non implica afectacións na contorna ou nas persoas.
Diálogo empresa-traballador	Dentro da organización	Directa	Garantir a liberdade de asociación e a negociación colectiva, así como articular un diálogo fluído entre a empresa e os traballadores en relación cos cambios organizativos.	Establecer mecanismos de diálogo entre a empresa e os profesionais ten un impacto medio na calidade de vida dos empregados.

Información adicional sobre o cálculo de indicadores

Indicador	Alcance	Metodoloxía de cálculo/Comentarios
Información sobre empregados directos 102-8; 405-1	Grupo EROSKI	<p>El total de empregados directos e Socios/as Traballadoras é unha media dos datos rexistrados durante o último mes do exercicio 2021 (xaneiro 2022).</p> <p>As porcentaxes por tipo de contrato, xornada, idade, xénero e categoría profesional corresponden aos datos a 31 de xaneiro de 2022 (data fin do exercicio). Esas porcentaxes aplicáronse ao número total de persoas traballadoras reportado (28.353).</p> <p>O número e índice de rotacións corresponde ás persoas empregadas que deixaron a organización voluntariamente, por despido, xubilación ou falecemento.</p>
Información sobre remuneracións 102-34; 102-35; 102-36; 102-37; 102-38; 102-39; 202-1; 405-2	Grupo EROSKI	<p>Repórtanse datos de EROSKI S.Coop. e o resto de sociedades do Grupo separados polas diferencias en relación coa retribución.</p> <p>Os datos aportados corresponden á retribución fixa do ano natural 2021 e corresponden unicamente a Socios e traballadores fixos. Utilízanse os datos de Anticipo de Consumo Bruto en EROSKI S.Coop. e os datos de retribución bruta anual no resto de sociedades. O Anticipo de Consumo Bruto (ACB) é a suma da retribución neta e as Retencións IRPF (sen sumar as aportacións á Seguridade Social).</p> <p>Os datos utilizados para a comparación coas empresas do IBEX 35 obtivéronse do informe de indicadores de goberno corporativo da Fundación Primero de Mayo, sobre o exercicio 2019, publicado en 2021.</p>
Información sobre accidentabilidade e formación en PRL 403-2; 404-1	Grupo EROSKI	Datos correspondentes ao ano natural 2021.
Materiais 301-3	Grupo EROSKI	Os datos de declaracións aos SCRAPS corresponden ao ano natural 2021.
Envases e embalaxes 301-3	Grupo EROSKI	<p>Para calcular a cantidade de materiais dos envases de marca propia de alimentación e frescos desagregamos os envases de brick asignando o 75% do seu peso ao papel, o 20% ao plástico convencional e o 5% ao metal. Ademais, clasificamos o % de brick definido como reciclado dentro do papel/cartón reciclado.</p> <p>O peso de plástico convencional calcúlase a partir de todos os plásticos convencionais, as fibras sintéticas, o 20% do peso dos bricks e o 30% dos cartóns e papeis catalogados como multicapa.</p>
Envases loxísticos reutilizados 301-3	Grupo EROSKI (dominio alimentario)	Datos de palés e caixas plásticas usadas durante o exercicio 2020 nas plataformas de EROSKI, CAPRABO e VEGALSA-EROSKI. O dato de redución de emisións e árbores foi proporcionado por CHEP, LPR e PLS Pooling e foi calculado en base a unha Análise do Ciclo de Vida (ACV).
Consumo enerxético dentro da organización 302-1	Grupo EROSKI	<p>Non se dispón de datos de consumo de electricidade desagregado por usos. Factores de conversión utilizados no cálculo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conversión de quilovatio hora a Megaxulio: 1 kWh = 3,6 MJ. • Consumo de combustible en operacións de transporte (Fonte: Estimacións propias de EROSKI en función da súa flota). • Conversión de litros de gasóleo a Xigaxulios (Fonte: "Factores de emisión. Rexistro de pegada de carbono, compensación e proxectos de absorción de dióxido de carbono". MAPAMA, 2019): <ul style="list-style-type: none"> - Densidade do diésel: 832,5 kg/m³ - Poder calorífico do diésel: 43 GJ/t.
Intensidade enerxética 302-3 Intensidade das emisións de GEI 305-4	Grupo EROSKI	<p>Indicadores utilizados para calcular o consumo relativo de enerxía e emisións na organización:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Superficie comercial: 1.189.244 m² (a 31 de xaneiro de 2022) • Vendas netas: 4.541 millóns de euros

Indicador	Alcance	Metodoloxía de cálculo/Comentarios
Extracción de auga por fonte 303-1	Grupo EROSKI	O consumo para o exercicio 2020 calculouse a partir do gasto en auga potable rexistrado. Non se dispón dun rexistro de todas as fontes das que os distintos municipios que subministran a EROSKI extraen a auga.
Vertido de augas 303-4	Grupo EROSKI	Estímase que a auga vertida corresponde a un 99% da auga potable consumida.
Biodiversidade 304-1	Grupo EROSKI	<p>Fonte de información: Ministerio para a Transición Ecolóxica. Analizáronse as seguintes figuras de protección:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ENP (Espazos Naturais Protexidos) • IBAS (Áreas Importantes para a Conservación das Aves e a Biodiversidade en España) • Rede Natura 2000 (LIC, ZEC e ZEPA) • Reservas da Biosfera • IEZH (Inventario Español de Zonas Húmidas)
Consumo enerxético fóra da organización 302-2 Emisións directas de GEI (alcance 1) 305-1 Emisións indirectas de GEI ao xerar enerxía (alcance 2) 305-2 Outras emisións indirectas de GEI (alcance 3) 305-3	Grupo EROSKI	Véxase táboa "Factores de emisión para o cálculo da Pegada de Carbono"
Redución de emisións de GEI 305-5	Grupo EROSKI	Seleccionouse 2017 como ano base para presentar as reducións de emisións de gases de efecto invernadoiro ao corresponder ao exercicio da primeira memoria de sustentabilidade acorde a GRI que elaboramos e ser o ano previo á publicación dos nosos 10 Compromisos pola Saúde e a Sustentabilidade.
Residuos 306-1; 306-2	Grupo EROSKI	<p>Os residuos xerados por EROSKI que se presentan nesta memoria son aqueles tratados por xestores especializados, seleccionados co criterio de que a reciclaxe e a valorización sexan os tratamentos aplicados na maioría dos casos.</p> <p>CAPRABO xestiona en xeral os seus residuos orgánicos a través dos servizos municipais de residuos, salvo nas súas tendas de Navarra que si dispón do servizo de loxística inversa. Os datos correspondentes a esa comunidade autónoma tamén están incluídos nos datos proporcionados nesta memoria.</p>
Residuos depositados por clientes 306-1; 306-2	Grupo EROSKI	Os datos de pilas, luminarias, aparellos eléctricos e electrónicos e téxtil corresponden a ano natural 2021.
Alimentos doados a través do Programa Desperdicio cero 413-1; 413-2	Grupo EROSKI	<p>Aplicouse a conversión de 1,06€ PVP = 1kg de alimentos básicos para o cálculo de toneladas de Desperdicio Cero, segundo criterio indicado por FESBAL. En exercicios anteriores usouse a conversión 1€=1kg.</p> <p>Utilizouse unha conversión de 1 kg = 3 comidas, acordado con FESBAL (o ano pasado, usouse a conversión 10 euros = 20 comidas).</p>
Artigos de consumo doados 413-1; 413-2	Grupo EROSKI	Estímase un valor de 300 euros por cada caixa loxística doada á Federación Nenos do Mundo.
Lectores revista CONSUMER EROSKI	Tirada completa da revista	Estímase unha media de 2,5 lectores por revista, cunha tirada mensual de 126.810 exemplares.
Taxonomía de finanzas sostibles	Grupo EROSKI	Para o OpEx total do Grupo EROSKI consideráronse os gastos de arrendamentos operativos, investigación e desenvolvemento e reparacións e conservación.

Factores de emisión para o cálculo da Pegada de Carbono

	Fonte enerxética	Factor emisión	Procedencia información
Alcance 1	Gasoil transporte loxístico	2,456 kg CO ₂ /litro B7	Factores de emisión. Rexistro pegada de carbono, compensación e proxectos de absorción de dióxido de carbono 2020. MITECO, abril 2021.
	Gas natural comprimido	0,182 kg CO ₂ /kWh PCS	Factores de emisión. Rexistro pegada de carbono, compensación e proxectos de absorción de dióxido de carbono 2020. MITECO, abril 2021.
	Transporte marítimo		Dato proporcionado pola empresa de transporte marítimo.
	Gas natural calefacción	0,202 kg CO ₂ / kWh PCI 1 kWh PCI = 0,901 kWh PCS	Factores de emisión. Rexistro pegada de carbono, compensación e proxectos de absorción de dióxido de carbono 2020. MITECO, abril 2021.
	Refrixerantes		IPCC 2013, como se recolle en CML, versión agosto 2016. Para as mesturas, calculouse en función da proporción de cada gas non refrixerante.
Alcance 2	Electricidade	Mix nacional: 0,25 kg CO ₂ / kWh Mix comercializadoras EROSKI: 0,15 kg CO ₂ /kWh	Acordo sobre a etiquetaxe da electricidade relativos a enerxía producida no ano 2020, CNMC, publicado abril 2021.
Alcance 3	Diésel	0,455 kgCO ₂ /L	Ecoinvent: Diésel {Europe without Switzerland} market for Cut-off, S
	Queroseno	0,437 kgCO ₂ /L	Ecoinvent: Kerosene {Europe without Switzerland} market for Cut-off, S
	Emis. Viaxes traballo avión	0,143kgCO ₂ /km	Ecoinvent: Transport, passenger, aircraft {RER} Intracontinental Cut-off, U
	Comb. Viaxes traballo avión	0,0552L de queroseno/km	Ecoinvent: Transport, passenger, aircraft {RER} Intracontinental Cut-off, U
	Emis. Viaxes traballo coche	0,176 kgCO ₂ /km	Ecoinvent: Transport, passenger car, medium size, diésel, EURO 5 {RER} Cut-off, U
	Comb. Viaxes traballo coche	0,06684 L/km	Ecoinvent: Transport, passenger car, medium size, diésel, EURO 5 {RER} Cut-off, U
	Emis. Viaxes traballo furgoneta	1,25 kgCO ₂ /km	Ecoinvent: Transport, freight, light commercial vehicle, Europe without Switzerland} processing Cut-off, U
	Comb. Viaxes traballo furgoneta	0,38452 L/km	Ecoinvent: Transport, freight, light commercial vehicle, Europe without Switzerland} processing Cut-off, U
	Emis. Viaxes traballo tren	0,00718 kgCO ₂ /km	Ecoinvent: Transport, passenger train {FR} processing Cut-off, U
	Comb. Viaxes traballo tren	Diésel: 0,00269 L/km Electricidad: 0,05726 kWh/km	Ecoinvent: Transport, passenger train {FR} processing Cut-off, U
Auga	0,295 kgCO ₂ /m ³	Ecoinvent: Tap water {Europe without Switzerland} tap water production, conventional treatment Cut-off, U	
Papel folletos publicidade	Papel Estucado lixeiro: 1,11 kgCO ₂ /kg Papel Satinado: 1,11 kgCO ₂ /kg Papel LWC reciclado: 1,63 kgCO ₂ /kg Papel Estucado volumen: 1,11 kgCO ₂ /kg Papel Pasta Química: 1,77 kgCO ₂ /kg Solo impresión: 0,692 kgCO ₂ /kg	Úsanse distintos factores dependendo do tipo de papel. Ecoinvent: Paper, woodfree, coated {RER} market for Cut-off, S Ecoinvent: Paper, woodfree, coated {RER} market for Cut-off, S Ecoinvent: Paper, woodcontaining, lightweight coated {RER} market for Cut-off, S Ecoinvent: Paper, woodfree, coated {RER} market for Cut-off, S Ecoinvent: Chemi-thermomechanical pulp {GLO} market for Cut-off, S Ecoinvent (modificado): Printed paper, offset {RoW} offset printing, per kg printed paper Cut-off, S	
Papel revistas	2,09 CO ₂ /kg	Ecoinvent: Printed paper, offset {RoW} offset printing, per kg printed paper Cut-off, S	

Correspondencia con principais marcos de reporting

102-12

Principios do Pacto Mundial e ODS

A táboa seguinte mostra os indicadores GRI do presente informe que ofrecen unha información máis relevante sobre o cumprimento dos 10 Principios do Pacto Mundial, así como

dos Obxectivos de Desenvolvemento Sostible (ODS) das Nacións Unidas. Seguindo o índice da táboa, pódese avaliar o grao de avance de EROSKI respecto aos citados principios.

	Principios do Pacto Mundial	ODS	Estándar GRI máis relevantes
Dereitos Humanos	1. As empresas deben apoiar e respectar a protección dos dereitos humanos fundamentais, recoñecidos internacionalmente, dentro do seu ámbito de influencia	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 16, 17	Prácticas en materia de seguridade: 410-1 Dereitos dos pobos indíxenas: 411-1 Avaliación dos dereitos humanos: 412-1 Comunidades locais: 413-1, 413-2
	2. As empresas deben asegurarse de que as súas empresas non son cómplices na vulneración dos Dereitos Humanos	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 16, 17	Avaliación dos dereitos humanos: 412-3 Avaliación social dos provedores: 414-1
Normas laborais	3. As empresas deben apoiar a liberdade de afiliación e o recoñecemento efectivo do dereito á negociación colectiva	1, 3, 5, 8, 9, 10, 16, 17	Acordos de negociación colectiva: 102-41 Relacións traballador-empresa: 402-1 Liberdade de asociación e convenios colectivos: 407-1
	4. As empresas deben apoiar a eliminación de toda forma de traballo forzoso ou realizado baixo coacción	1, 3, 5, 8, 9, 10, 16, 17	Traballo forzoso ou obrigatorio: 409-1
	5. As empresas deben apoiar a erradicación do traballo infantil	1, 3, 5, 8, 9, 10, 16, 17	Traballo infantil: 408-1
	6. As empresas deben apoiar a abolición das prácticas de discriminación no emprego e a ocupación	1, 3, 5, 8, 9, 10, 16, 17	Información sobre empregados e traballadores: 102-8 Presencia no mercado: 202-1, 202-2 Emprego: 401-1, 401-3 Formación e ensinanza: 404-1, 404-3 Diversidade e igualdade de oportunidades: 405-1, 405-2 Non discriminación: 406-1
Medio ambiente	7. As empresas deberán manter un enfoque preventivo que favoreza o medio ambiente	2, 6, 7, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 17	Materiais: 301-1, 301-2, 301-3 Enerxía: 302-1, 302-2, 302-3, 302-4 Auga: 303-1 Emisións: 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-6 Efluentes e residuos: 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5
	8. As empresas deben fomentar as iniciativas que promovan unha maior responsabilidade ambiental	2, 6, 7, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 17	Materiais: 301-1, 301-2, 301-3 Enerxía: 302-1, 302-2, 302-3, 302-4 Emisións: 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-6 Efluentes e residuos: 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5 Cumprimento ambiental: 307-1 Avaliación ambiental de provedores: 308-1
	9. As empresas deben favorecer o desenvolvemento e a difusión das tecnoloxías respectuosas co medio ambiente	2, 6, 7, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 17	Enerxía: 302-4 Emisións: 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-6 Efluentes e residuos: 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5
Anticorrupción	10. As empresas deben traballar contra a corrupción en todas as súas formas, incluídas extorsión e suborno	3, 10, 16, 17	Valores, principios, estándares e normas de conduta: 102-16 Anticorrupción: 205-1, 205-2, 205-3 Política pública: 415-1

Táboa de contidos relativos ás recomendacións de TFCD

Os contidos deste EINF están aliñados coas recomendacións do Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TFCD) do Consello de Estabilidade Financeira, aínda que ao longo de 2022 vai continuar afondando en aspectos de identificación e xestión de riscos asociados ao cambio

climático. Pode consultarse neste índice a localización dos apartados do estado de información non financeira que dan resposta ás recomendacións de declaracións suxeridas pola iniciativa TFCD:

Declaración	Contidos	Localización no informe
Gobernanza	Descrición da supervisión do Comité de Dirección sobre os riscos e as oportunidades climáticas.	Goberno Corporativo (Páx. 16-23) Xestión de riscos (Páx. 26-30)
	Descrición do rol da alta dirección con respecto á avaliación e a xestión dos riscos e oportunidades climáticas.	Goberno Corporativo (Páx. 16-23) Xestión de riscos (Páx. 26-30)
Estratexia	Descrición dos riscos e as oportunidades relacionadas co clima que a organización identificada no curto, medio e longo prazo.	Riscos e oportunidades relacionados co cambio climático (Páx. 88-94)
	Descrición do impacto económico dos riscos e oportunidades relacionadas co clima no negocio, a estratexia e a planificación financeira da organización.	Riscos e oportunidades relacionados co cambio climático (Páx. 88-94)
	Descrición da resiliencia da estratexia da organización, tendo en conta diferentes escenarios relacionados co clima, incluíndo un escenario de 2 °C ou menos.	Riscos e oportunidades relacionados co cambio climático (Páx. 88-94) Accións para impulsar a sustentabilidade ambiental (Páx. 99-119)
Xestión de riscos	Descrición dos procesos da organización para identificar e avaliar os riscos relacionados co clima.	Xestión de riscos (Páx. 26-30) Riscos e oportunidades relacionados co cambio climático (Páx. 88-94)
	Descrición dos procesos da organización para xestionar os riscos relacionados co clima.	Xestión de riscos (Páx. 26-30) Riscos e oportunidades relacionados co cambio climático (Páx. 88-94)
	Descrición de como os procesos para identificar, avaliar e xestionar os riscos climáticos están integrados na xestión de riscos global da organización.	Esta integración desenvolverase ao longo do ano 2022.
Métricas e obxectivos	Métricas utilizadas pola organización para avaliar os riscos e as oportunidades climáticas en liña coa súa estratexia e o seu proceso de xestión de riscos.	Accións para impulsar a sustentabilidade ambiental (Páx. 99-119) Índice de contidos GRI (Páx. 156-174) Anexo 9 – Táboas comparativas con exercicios anteriores (Páx. 177-213)
	Pegada de carbono corporativa. Informe sobre o Alcance 1, Alcance 2 e, se é adecuado, o Alcance 3 de emisións de GEI e os seus riscos asociados.	A nosa pegada de carbono (Páx. 97-99) Anexo 9 – Táboas comparativas con exercicios anteriores (Táboa 30 e Táboa 31) (Páx. 204-206)
	Descrición dos obxectivos que utiliza a organización para xestionar os riscos e as oportunidades climáticas e o seu desempeño fronte aos obxectivos.	Política ambiental (Páx. 87) Obxectivos sustentables (Páx. 88) Lista de temas materiais e a súa cobertura (Páx. 157-176) Táboa Principios do Pacto Mundial e ODS (Páx. 153-154)

Índice de contido GRI

102-55

Estándar GRI	Contido	Resposta/comentario	Páxina
GRI 102: Contidos Xerais 2016			
1. Perfil da organización			
102-1	Nome da organización		12
102-2	Actividades, marcas, produtos e servizos		12, 32-33
102-3	Localización da sede	Barrio San Agustín, s/n. 48230. Elorrio, Vizcaya	
102-4	Localización das operacións		34-35, 50
102-5	Propiedade e forma xurídica		13
102-6	Mercados servidos		32-50
102-7	Tamaño da organización		12, 59-65, 138-140
102-8	Información sobre empregados e outros traballadores		58-87
102-9	Cadea de subministración		47-48; 124-126
102-10	Cambios significativos na organización e a súa cadea de subministración	Non se produciron cambios significativos na cadea de subministración.	
102-11	Principio ou enfoque de precaución		24-29, 98-104
102-12	Iniciativas externas		15, 153-154
102-13	Afiliación a asociacións		54-55
2. Estratexia			
102-14	Declaración de altos executivos responsables da toma de decisións		4-7
102-15	Principais impactos, riscos e oportunidades	Información confidencial. Preséntase un resumo no capítulo 1.	27-28, 100-104
3. Ética e integridade			
102-16	Valores, principios, estándares e normas de conducta		14-15, 24-25
4. Gobernanza			
102-18	Estrutura de gobernanza		18-23
102-29	Identificación e xestión de impactos económicos, ambientais e sociais		16-17
102-30	Eficacia nos procesos de xestión do risco		25-27
102-31	Aviación de temas económicos, ambientais e sociais		16-17
102-35	Políticas de remuneración		67-68
102-36	Proceso para determinar a remuneración		67-68

Afiliación a asociacións

Estándar GRI	Contido	Resposta/comentario	Páxina
102-37	Implicación dos grupos de interese na remuneración		67-68
102-38	Ratio de compensación total anual		67-68
102-39	Ratio do incremento porcentual da compensación total anual		67-68
5. Participación grupos de interese			
102-40	Listaxe dos grupos de interese		145
102-41	Acordos de negociación colectiva		58
102-42	Identificación e selección de grupos de interese		143
102-43	Enfoque para a participación dos grupos de interese		144
102-44	Temas e preocupacións clave mencionados		144
6. Prácticas para a elaboración de informes			
102-45	Entidades incluídas en estados financeiros consolidados		141
102-46	Definición dos contidos dos informes e as coberturas do tema		147-149
102-47	Lista dos temas materiais		147-149
102-48	Reexpresión da información	<p>Corrixíuse unha errata na táboa de "Conta de resultados do Grupo EROSKI" publicada no EINF 2020 respecto aos datos publicados nas contas anuais. Os datos correctos, en miles de euros, son: "Outros ingresos sen rendemento venda inmovilizado": 243.628; "Beneficio operativo (antes de deterioracións, resultados venda inmovilizado e actividades non correntes)": 252.411; e "Deterioración, resultado venda inmovilizado e activos non correntes": -198.963.</p> <p>Co obxectivo de alinear a información presentada no EINF co plan Lean&Green de AECOC, reclasificáronse as emisións de transporte de mercadorías ao alcance 3, no canto do alcance 1, da pegada de carbono ao ser un servizo subcontratado a un terceiro e, por tanto, non se consideran emisións directas da organización.</p> <p>Corrixíronse os datos de bolsas de caixa e consumibles de 2020, xa que se detectou un erro no cálculo do exercicio anterior. Ampliouse a información dos envases de marca propia, ao dispoñer en 2021 de máis produtos analizados que no exercicio anterior.</p> <p>Actualizáronse os datos de residuos de 2020 por un cambio de criterio na clasificación dos tratamentos e tipos de residuos máis aliñado cos códigos LER e os estándares GRI, para facilitar a comparabilidade cos datos de 2021. Non se dispón do mesmo criterio para 2019, polo que os datos dese exercicio preséntanse co criterio antigo. Ademais, corrixíuse o dato de "Outros residuos orgánicos" valorizados en 2020, xa que faltaba un fluxo que se identificou posterior ao peche do EINF do pasado exercicio.</p> <p>Actualizouse o dato de comidas doadas ao ano para usar a conversión de 1kg = 3 comidas que nos indica FESBAL.</p>	
102-49	Cambios na elaboración de informes		
102-50	Período obxecto do informe	Exercicio 2021: 1 de febreiro 2021 a 31 de xaneiro 2022	
102-51	Data do último informe	18 de maio de 2021, correspondente ao exercicio 2020	
102-52	Ciclo de elaboración de informes	Anual	
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre o informe	sostenibilidad@eroski.es	
102-54	Declaración de elaboración do informe de conformidade cos Estándares GRI	Este informe elaborouse conforme os estándares GRI: opción Esencial	

Estándar GRI	Contido	Resposta/comentario	Páxina
102-55	Índice de contidos GRI		107-168
102-56	Verificación externa		200
GRI 200: Temas económicos 2016			
GRI 201: Desempeño económico 2016. Tema material.			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		149-151
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		140-142
103-3	Avallación do enfoque de xestión		140-142
201-1	Valor económico directo xerado e distribuído		140-142
201-2	Implicacións financeiras e outros riscos e oportunidades derivados do cambio climático		100-104
201-3	Obrigacións do plan de beneficios e outros plans de xubilación	Algúns Socios/ as de Traballo de EROSKI S. Coop. fan achegas a un plan de previsión social de Lagun Aro en función do seu anticipo de consumo bruto. A porcentaxe achegada é variable. Ademais, traballadores de CECOSA Supermercados achegan unha cantidade adicional a plans de achega definida.	
201-4	Asistencia financeira recibida do goberno	Recibíronse 3.333 euros en 2021 de subvencións.	
GRI 202: Presencia no mercado 2016.			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		67-68
202-1	Ratio do salario de categoría inicial estándar por sexo fronte ao salario mínimo local		67-68, 29
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016.			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		46, 126-128
203-2	Impactos económicos indirectos significativos		46, 126-128
GRI 204: Prácticas de Adquisición 2016. Tema material.			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		149-151
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		47-48; 126-128
103-3	Avallación do enfoque de xestión		47-48; 126-128
204-1	Proporción de gasto en provedores locais	En EROSKI consideramos provedores locais a aqueles provedores que teñan a dirección nesa Comunidade Autónoma e proviran en 2021 de referencias de produtos rexionais ou locais. Estas referencias son aquelas comercializadas unicamente nesa Comunidade Autónoma (consumo de proximidade). As localizacións con operacións significativas son nas que existan tendas do Grupo EROSKI. É dicir, onde desenvolvamos a nosa actividade comercial.	126-128
GRI 205: Anticorrupción 2016. Tema material.			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		149-151
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	O Plan de Prevención de Riscos Penais ten alcance Grupo EROSKI, excepto VEGALSA-EROSKI que ten o seu propio.	25,28
103-3	Avallación do enfoque de xestión		25,28

Estándar GRI	Contido	Resposta/comentario	Páxina
205-1	Operacións avaliadas para riscos relacionados coa corrupción	<p>Analizáronse todas as operacións do Grupo EROSKI ao elaborar o Plan de Riscos Penais, excepto VEGALSA-EROSKI que ten o seu propio.</p> <p>Os riscos de corrupción identificados están relacionados cos procesos de selección e contratación de provedores, contratistas, socios comerciais ou colaboradores externos; as relacións comerciais que involucren a provedores e competidores en defensa da libre competencia nos mercados nos que Grupo EROSKI estea presente; a entrega, recepción ou promesa de pagos, obsequios ou atencións indebidas a calquera persoa ou entidade, pública ou privada, coa intención de obter ou manter negocios ou outros beneficios ou vantaxes.</p>	
205-2	Comunicación e formación sobre políticas e procedementos anticorrupción	<p>En marzo 2018 comunicouse a todos os traballadores excepto VEGALSA-EROSKI a aprobación de Plan de Prevención de Riscos Penais e o plan de Compliance, creación do OCI e oficina de cumprimento, existencia da canle de denuncia e do Código de Conduta. Devandito plan foi aprobado polo Consello de Dirección e o Comité de Auditoría e Cumprimento e ratificado polo Consello Reitor en 2018. Así mesmo, nos contratos cos provedores incluíuse unha cláusula que informa tamén sobre estes aspectos e o Código de Conduta Corporativo, o Resumo do Regulamento do Órgano de Control Interno e o Resumo do Regulamento da Canle de Denuncia están dispoñibles na web www.eroski.es accesibles a calquera persoa. A comunicación a traballadores de VEGALSA-EROSKI do seu propio plan fíxose en maio 2019, polo que o 100% dos traballadores e órganos de goberno do Grupo recibiron xa unha comunicación respecto diso. Deuse formación ao 100% dos membros dos órganos de goberno do Grupo EROSKI. En canto ao persoal, lanzouse a formación a todo o persoal de sede, plataformas e tendas do Grupo (incluído CAPRABO, FORUM e VEGALSA, sen VIAXES-EROSKI e catro tendas de VEGALSA-EROSKI. Dita formación estase a realizar progresivamente desde o seu lanzamento, polo que non todos os traballadores a finalizaron ao fin de exercicio. Estaba previsto lanzar a formación aos traballadores de VIAXES EROSKI en 2021, pero ao estar algúns deles en situación de ERTE pola COVID-19, pospúxose ata 2022 xunto coas tendas pendentes de VEGALSA-EROSKI.</p>	
205-3	Casos de corrupción confirmados e medidas tomadas	Non se identificou ningún caso de corrupción no persoal en 2021 nin a oficina de cumprimento recibiu ningún caso de corrupción.	
GRI 300 Temas ambientais 2016			
GRI 301: Materiais 2016. Tema material.			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		149-151
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		109-111
103-3	Avaliación do enfoque de xestión		109-111
301-1	Materiais utilizados por peso ou volume	Os datos de materiais de envases e produtos incluídos na memoria corresponden unicamente aos materiais declarados aos Sistemas Colectivos de Responsabilidade Ampliada de Produtor (ECOEMBES, ECOTIC, ECOPILAS, SIGAUS e AMBILAMP). Non se dispón de información centralizada sobre a cantidade e tipo de materiais utilizados nos máis de 132.000 artigos diferentes comercializados que inclúen tamén marcas de fabricante. Este ano incluíuse información dos envases domésticos de marca propia de alimentación e frescos, bolsas de caixa e embalaxes de tenda.	110-111
301-2	Insumos reciclados	Algúns dos nosos envases de produtos de marca EROSKI conteñen materiais reciclados (bandexas carne e peixe, caixas de ovos, etc.). Con todo, non se dispón de información centralizada sobre a cantidade e tipo de materiais utilizados nos máis de 130.000 artigos diferentes comercializados que inclúen tamén marcas de fabricante. Este ano incluíuse información dos materiais dos envases domésticos de marca propia de alimentación e frescos, mencionando a porcentaxe de plástico reciclado ou bioplástico usado.	110-111
301-3	Produtos reutilizados e materiais de envasado		110-111

Estándar GRI	Contido	Resposta/comentario	Páxina
GRI 302: Enerxía 2016.			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		112-114
302-1	Consumo enerxético dentro da organización		114
302-2	Consumo enerxético fóra da organización		114
302-3	Intensidade enerxética		114
302-4	Redución do consumo enerxético		114
GRI 303: Auga e efluentes 2018.			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		115
303-2	Xestión dos impactos relacionados cos vertidos de auga		115
303-3	Extracción de auga	Non se realizou ningunha extracción de auga.	115
303-4	Vertido de auga		115
303-5	Consumo de auga		115
GRI 304: Biodiversidade 2016.			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		116
304-1	Centros de operacións en propiedades, arrendados ou xestionados situados dentro de ou xunto a áreas protexidas ou zonas de gran valor para a biodiversidade fóra de áreas protexidas		116
304-2	Impactos significativos das actividades, os produtos e os servizos na biodiversidade	Non se dispón desta información máis aló dos produtos con selo en sustentabilidade ambiental.	116
GRI 305: Emisións 2016. Tema material.			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		149-151
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		104-105
103-3	Avaliación do enfoque de xestión		104-105
305-1	Emisións directas de GEI (alcance 1)		104-105
305-2	Emisións indirectas de GEI ao xerar enerxía (alcance 2)		104-105
305-3	Outras emisións indirectas de GEI (alcance 3)		104-105
305-4	Intensidade das emisións de GEI		104-105
305-5	Redución das emisións de GEI		104-105
GRI 306: Residuos 2020.			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		149-151
306-2	Xestión de impactos significativos relacionados con residuos		115
306-3	Residuos xerados		115
306-4	Residuos cuxa eliminación evitouse		115

Estándar GRI	Contido	Resposta/comentario	Páxina
306-5	Residuos destinados a eliminación		111-112
GRI 307: Cumprimento ambiental 2016			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		98-100
307-1	Incumprimento da lexislación e normativa ambiental	Non hai constancia de multas nin sancións non monetarias significativas polo incumprimento das leis ou normativas en materia de medio ambiente en 2021. Considérase sanción significativa aquelas cualificadas como "moi graves" pola Administración que emite a sanción.	
GRI 308: Avaliación ambiental de provedores 2016. Tema material.			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		149-151
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		48, 106-109, 29
103-3	Avaliación do enfoque de xestión		106-109, 29
308-1	Novos provedores que pasaron filtros de avaliación e selección de acordo cos criterios ambientais	Hai 319 provedores de produtos ecolóxicos ou con outros selos en sustentabilidade como FSC, MSC ou GGN, que tiveron que cumprir criterios ambientais á hora de ser seleccionados. Supoñen un 8% do total de provedores comerciais. En 2020 houbo 445 provedores baixo estes mesmos criterios, o 11% do total de provedores comerciais. En 2019 houbo 98 provedores baixo estes mesmos criterios, representando o 2% do total de provedores comerciais.	
GRI 400: Temas sociais 2016			
GRI 401: Emprego 2016. Tema material.			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		149-151
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		58-83
103-3	Avaliación do enfoque de xestión		58-83
401-1	Novas contratacións de empregados e rotación de persoal		64-65
401-2	Beneficios para os empregados a tempo completo que non se dan aos empregados a tempo parcial ou temporais	Non hai diferenza nos beneficios ofrecidos aos empregados en función do seu tipo de xornada.	
401-3	Permiso parental		72
GRI 402: Relacións traballador-empresa 2016. Tema material			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		142-149
402-1	Prazos de aviso mínimos sobre cambios operacionais	O proceso de diálogo social coas persoas traballadoras non socias cooperativistas é o que marca o Estatuto dos Traballadores para negociar convenios colectivos, etc. No caso das Socias/os Traballadores o modelo de comunicación establece nos Estatutos Sociais e o Regulamento de Réxime Interno, tal e como se presenta no capítulo 1, apartado Modelo de xestión. Non existe un período de tempo fixo xeral especificado para notificacións en caso de cambios operacionais, xa que este depende do tipo de cambio que se produza.	
GRI 403: Saúde e seguridade no traballo 2018. Tema material.			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		149-151
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		73-76
103-3	Avaliación do enfoque de xestión		73-76

Estándar GRI	Contido	Resposta/comentario	Páxina
403-1	Sistema de xestión da saúde e a seguridade no traballo	O noso sistema de prevención está baseado na Lei de Prevención de Riscos Laborais (LPRL) e os Reais Decretos de desenvolvemento desa lei coas súas correspondentes modificacións. O seu alcance inclúe a todos os traballadores directos, actividades e localizacións do Grupo EROSKI. En canto aos traballadores externos, os seus xefes directos son os responsables dos seus sistemas de prevención. Realizamos coordinacións de actividades empresariais con eles a través da plataforma de coordinación de contratas, Coordinaware.	73-76
403-2	Identificación de perigos, avaliación de riscos e investigación de incidentes	Dispoñemos de distintos procesos para a avaliación de riscos que están recollidos no "Procedemento de avaliación de riscos", "Procedemento de accións correctoras" e "Procedemento de accidentes de traballo". En función do nivel de risco, determinado segundo o Procedemento de avaliación de riscos, estableceuse unha prioridade (alta, media ou baixa) para efectuar a medida correctora en caso de incidente. No caso de que un traballador non poida realizar o seu traballo normalmente por un perigo, EROSKI ten a obriga de resolver o problema para que non exista e, se non se pode evitar, poñemos as medidas preventivas necesarias. Dispoñemos dun Procedemento de análise de traballo polo que recollamos os incidentes de traballo, accidentes con baixa e sen baixa, e enfermidades profesionais que pode haber. As enfermidades profesionais determinadas o médico da mutua e, en caso de confirmación, rexístranse nunha listaxe. As medidas fixadas seguen os principios da acción preventiva establecidos no artigo 15 da lei de prevención de riscos laborais (LPRL).	73-76
403-4	Participación dos traballadores, consultas e comunicación sobre saúde e seguridade no traballo	Dispoñemos dun "Procedemento de formación, información, consulta e participación". Nel establécense os circuitos para a participación dos traballadores, sendo un deles o propio comité de seguridade e saúde. Dispoñemos de máis de 30 Comités que se reúnen cada 3 meses ou se hai unha petición xustificada dalgunha das partes. Todos os traballadores están representados e o comité ten as responsabilidades establecidas pola lei de prevención.	
403-5	Formación de traballadores sobre saúde e seguridade no traballo	As empresas externas comunican a formación impartida aos seus traballadores a través da plataforma Cordinaware. Hai un servizo de validación documental e a contratación da empresa externa está supevitada a que dispoña de toda a documentación en regra. No caso de que ese traballador externo non dispoña de formación, non estaría autorizado a entrar nun centro de EROSKI.	
403-6	Fomento da saúde dos traballadores	Os Socios de Traballo mutualistas teñen acceso ao cadro médico de Lagun Aro, que é depositario do servizo, aínda que se apoie en Sanitas en rexións fóra do País Vasco. Ademais, o programa Máxmenos ofrece unha redución de custos en seguros de saúde. Desde a aula de benestar e Saúde organízanse accións formativas e de sensibilización en materia de alimentación saudable, mindfulness e outras accións. En 2021 destináronse un total de 1.010 horas de formación coa participación de 457 persoas. En 2020 participaron máis de 429 traballadores en 2.826 horas de formación deste ámbito. En 2019 máis de 600 traballadores participaron en 14 accións de formación deste tipo.	
403-7	Prevención e mitigación dos impactos na saúde e a seguridade dos traballadores directamente vinculados coas relacións comerciais	O departamento de prevención indica aos departamentos correspondentes as esixencias de prevención e riscos laborais que deben cumprir as adquisicións de novas máquinas e produtos de traballo. Así mesmo, o responsable da adquisición asegura o cumprimento da normativa e marcado da Comisión Europea, a validez do manual de instrucións, etc. durante as adquisicións indicadas a realizar. Cando se establece un proceso novo na tenda, faise un piloto desde o departamento correspondente e valórase o impacto en riscos laborais que teña previo a súa implantación. O departamento de prevención participa ademais na definición dos requisitos do modelo físico (novos formatos de tenda), correspondendo ao departamento que implanta o modelo físico a tarefa de asegurar que sexa óptimo desde a prevención de riscos.	73-76

Estándar GRI	Contido	Resposta/comentario	Páxina
403-8	Cobertura do sistema de xestión da saúde e a seguridade no traballo	<p>O 100% dos traballadores propios están cubertos polos nosos servizos de prevención. En canto aos externos, o proceso de cobertura realízase a través da plataforma Coordinaware, validando que os traballadores externos cumpran con determinados requisitos do Real Decreto 171/2004 de Prevención de Riscos Laborais en materia de Coordinación de Actividades Empresariais (CAE).</p> <p>Estas inclúen contratos de mantemento, seguridade, limpeza, TICs, transporte, lóxística, servizos xerais, publicidade, entre outras. En total, hai máis de 6.000 traballadores e máis de 800 empresas dentro da plataforma Coordinaware.</p> <p>Cada 4 anos faise unha auditoría externa regulamentaria do sistema de xestión de prevención de riscos laborais da empresa e corresponde ao 100% de traballadores propios. En 2021 realizáronse as auditorías regulamentarias nos distintos negocios dispoñendo cada un deles do informe de conclusións que a Dirección debe acometer.</p> <p>Fanse auditorías internas básicas anualmente e aleatoriamente a determinados puntos de control; os resultados e as conclusións son válidos para o 100% dos traballadores.</p>	73-76
403-9	Lesións por accidente laboral	Non se identifican riscos avaliados como moi importantes para a seguridade das persoas. Os riscos ergonómicos dalgunhas tarefas valóranse como importantes.	74-75
403-10	Doenzas e enfermidades laborais	Os perigos identifícanse segundo o Procedemento de avaliación de riscos, que determina tamén as medidas preventivas que poidan existir.	76
GRI 404: Formación e ensinanza 2016.			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		77-81
404-1	Media de horas de formación ao ano por empregado		77-81
404-2	Programas para mellorar as aptitudes dos empregados e programas de axuda á transición		77-81
404-3	Porcentaxe de empregados que reciben avaliacións periódicas do desempeño e desenvolvemento profesional		80
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016. Tema material.			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		149-151
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		67-71
103-3	Avaliación do enfoque de xestión		67-71
405-1	Diversidade en órganos de goberno e empregados	Non contamos con persoas con capacidades diferentes nin diversidade funcional no Consello Reitor (órgano superior de goberno) nin no Consello de Dirección.	69-71
405-2	Ratio do salario base e da remuneración de mulleres fronte a homes	<p>A remuneración anual media ponderada para as mulleres é de 21.238 € en EROSKI S. Coop. e de 17.864 € no resto de sociedades. No caso dos homes, é de 27.831 € e 21.545 €, respectivamente. A diferenza entre homes e mulleres débese á maior presenza destas na categoría "Profesional".</p> <p>En 2020 os datos foron 19.736 €, 17.715 €, 26.169 € e 21.660 €, respectivamente.</p> <p>En 2019 os datos foron 19.487 €, 17.323€, 25.919€ e 21.652€, respectivamente.</p>	67-68
GRI 406: Non discriminación 2016. Tema material.			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		149-151
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		14-15, 24-25, 67-72, 29
103-3	Avaliación do enfoque de xestión		14-15, 24-25, 67-72

Estándar GRI	Contido	Resposta/comentario	Páxina
406-1	Casos de discriminación e accións correctivas emprendidas	Non se rexistrou ningún caso de discriminación en 2021. Realizamos a través de nosas centrais de compras en Asia auditorías de control aos nosos provedores. Leváronse a cabo 6 auditorías en China, 1 en India e 1 auditoría en Paquistán de BSCI e 1 en China de SEDEX. Os resultados das 9 auditorías a provedores de importación realizadas en 2021 non mostran incumprimentos significativos en materia de dereitos humanos ou laborais e todas foron cualificadas polos auditores externos como conformes. Requiríronse melloras que se implementarán e farase seguimento das mesmas en 2022 respecto a saúde e seguridade dos traballadores (1), o modelo de xestión social (5), as horas de traballo (7) e os salarios (1). Ningunha non conformidade foi crítica, polo que todas as empresas auditadas superaron a mesma.	
GRI 407: Liberdade de asociación e negociación colectiva 2016.			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		14-15, 24-25, 29, 58
407-1	Operacións e provedores cuxo dereito á liberdade de asociación e negociación colectiva podería estar en risco	Non se rexistraron casos de vulneración do dereito á liberdade de asociación e de negociación colectiva en 2021. Realizamos a través de nosas centrais de compras en Asia auditorías de control aos nosos provedores. Leváronse a cabo 6 auditorías en China, 1 en India e 1 auditoría en Paquistán de BSCI e 1 en China de SEDEX. Os resultados das 9 auditorías a provedores de importación realizadas en 2021 non mostran incumprimentos significativos en materia de dereitos humanos ou laborais e todas foron cualificadas polos auditores externos como conformes. Requiríronse melloras que se implementarán e farase seguimento das mesmas en 2022 respecto a saúde e seguridade dos traballadores (1), o modelo de xestión social (5), as horas de traballo (7) e os salarios (1). Ningunha non conformidade foi crítica, polo que todas as empresas auditadas superaron a mesma.	14-15, 24-25, 29, 58
GRI 408: Traballo infantil 2016.			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		14-15, 24-25, 29, 48, 58
408-1	Operacións e provedores con risco significativo de casos de traballo infantil	Non se rexistraron casos de traballo infantil en 2021. Realizamos a través de nosas centrais de compras en Asia auditorías de control aos nosos provedores. Leváronse a cabo 6 auditorías en China, 1 en India e 1 auditoría en Paquistán de BSCI e 1 en China de SEDEX. Os resultados das 9 auditorías a provedores de importación realizadas en 2021 non mostran incumprimentos significativos en materia de dereitos humanos ou laborais e todas foron cualificadas polos auditores externos como conformes. Requiríronse melloras que se implementarán e farase seguimento das mesmas en 2022 respecto a saúde e seguridade dos traballadores (1), o modelo de xestión social (5), as horas de traballo (7) e os salarios (1). Ningunha non conformidade foi crítica, polo que todas as empresas auditadas superaron a mesma.	14-15, 24-25, 29, 48, 58
GRI 409: Traballo forzoso ou obrigatorio 2016.			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		14-15, 29, 48, 58
409-1	Operacións e provedores con risco significativo de casos de traballo forzoso ou obrigatorio	Non se rexistraron casos de traballo forzoso ou obrigatorio en 2021. Realizamos a través de nosas centrais de compras en Asia auditorías de control aos nosos provedores. Leváronse a cabo 6 auditorías en China, 1 en India e 1 auditoría en Paquistán de BSCI e 1 en China de SEDEX. Os resultados das 9 auditorías a provedores de importación realizadas en 2021 non mostran incumprimentos significativos en materia de dereitos humanos ou laborais e todas foron cualificadas polos auditores externos como conformes. Requiríronse melloras que se implementarán e farase seguimento das mesmas en 2022 respecto a saúde e seguridade dos traballadores (1), o modelo de xestión social (5), as horas de traballo (7) e os salarios (1). Ningunha non conformidade foi crítica, polo que todas as empresas auditadas superaron a mesma.	14-15, 48, 58

Estándar GRI	Contido	Resposta/comentario	Páxina
GRI 410: Prácticas en materia de seguridade 2016.			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		14-15, 58, 29, 48
410-1	Persoal de seguridade capacitado en políticas ou procedementos de dereitos humanos	O servizo de seguridade está subcontratado. Descoñécese a formación en materia de dereitos humanos recibida polo persoal de seguridade.	14-15, 58, 29, 48
GRI 411: Dereitos dos pobos indíxenas 2016.			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		48, 29
411-1	Casos de violacións dos dereitos dos pobos indíxenas	Non se rexistraron casos de violacións dos dereitos dos pobos indíxenas en 2021. Realizamos a través de nosas centrais de compras en Asia auditorías de control aos nosos provedores. Leváronse a cabo 6 auditorías en China, 1 en India e 1 auditoría en Paquistán de BSCI e 1 en China de SEDEX. Os resultados das 9 auditorías a provedores de importación realizadas en 2021 non mostran incumprimentos significativos en materia de dereitos humanos ou laborais e todas foron cualificadas polos auditores externos como conformes. Requiríronse melloras que se implementarán e farase seguimento das mesmas en 2022 respecto a saúde e seguridade dos traballadores (1), o modelo de xestión social (5), as horas de traballo (7) e os salarios (1). Ningunha non conformidade foi crítica, polo que todas as empresas auditadas superaron a mesma.	48, 29
GRI 412: Avaliación de dereitos humanos 2016.			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		48, 29
412-1	Operacións sometidas a revisións ou avaliacións de impacto sobre os dereitos humanos	Realizamos a través de nosas centrais de compras en Asia auditorías de control aos nosos provedores. Leváronse a cabo 6 auditorías en China, 1 en India e 1 auditoría en Paquistán de BSCI e 1 en China de SEDEX. Os resultados das 9 auditorías a provedores de importación realizadas en 2021 non mostran incumprimentos significativos en materia de dereitos humanos ou laborais e todas foron cualificadas polos auditores externos como conformes. Requiríronse melloras que se implementarán e farase seguimento das mesmas en 2022 respecto a saúde e seguridade dos traballadores (1), o modelo de xestión social (5), as horas de traballo (7) e os salarios (1). Ningunha non conformidade foi crítica, polo que todas as empresas auditadas superaron a mesma. En 2020 levaron a cabo 26 auditorías de BSCI ou SEDEX: 21 en China, 3 en Paquistán e 2 en Bangladesh. Todas superaron tamén a auditoría ao non haber non conformidades críticas. En 2019 levaron a cabo 35 auditorías de BSCI, SEDEX ou SA8000: 29 en China, 2 en Paquistán e 4 en Bangladesh. Todas superaron tamén a auditoría ao non haber non conformidades críticas.	48, 29
412-2	Formación de empregados en políticas ou procedementos sobre dereitos humanos	Non se realizou formación en materia de dereitos humanos ás persoas traballadoras.	
412-3	Acordos e contratos de investimento significativos con cláusulas sobre dereitos humanos ou sometidos a avaliación de dereitos humanos	O 100% dos nosos provedores ten que aceptar os requirimentos da Organización Internacional de Traballo para manter unha relación comercial con EROSKI.	
GRI 413: Comunidades locais 2016. Tema material.			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		149-151
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		94-95, 129, 132-136
103-3	Avaliación do enfoque de xestión		
413-1	Operacións con participación da comunidade local, avaliacións do impacto e programas de desenvolvemento		94-95, 129, 132-136

Estándar GRI	Contido	Resposta/comentario	Páxina
413-2	Operacións con impactos negativos significativos –reais ou potenciais– nas comunidades locais	A reestruturación da rede comercial co peche de centros nalgúns rexións e a apertura noutras pode xerar un impacto no emprego local das zonas nas que se produzan os peches. Desde EROSKI establécense medidas para facilitar a transición laboral desas persoas. Así mesmo, a propia actividade da organización pode xerar impactos ambientais negativos asociados ás emisións por transporte, contaminación lumínica ou contaminación por ruído. Todas as nosas actividades réxense pola lexislación vixente nestas materias e dispoñemos de plans de acción para minimizalas. A localización das nosas operacións comunícase no capítulo 2 de Rede Comercial.	
GRI 414: Avaliación social dos provedores 2016. Tema material.			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		149-151
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		47-49, 126-128
103-3	Avaliación do enfoque de xestión		47-49, 126-128
414-1	Novos provedores que pasaron filtros de selección de acordo cos criterios sociais	O 100% dos nosos novos provedores teñen que aceptar os requirimentos da Organización Internacional de Traballo para manter unha relación comercial con EROSKI. Ademais, no caso de provedores de EROSKI Natur co selo GGN de acuicultura, froita e hortaliza teñen que superar a Avaliación de Riscos GLOBALG.A.P. nas Prácticas Sociais para poder fornecerlos.	47-49, 126-128
414-2	Impactos sociais negativos na cadea de subministración e medidas tomadas	Realizamos a través de nosas centrais de compras en Asia auditorías de control aos nosos provedores. Leváronse a cabo 6 auditorías en China, 1 en India e 1 auditoría en Paquistán de BSCI e 1 en China de SEDEX. Os resultados das 9 auditorías a provedores de importación realizadas en 2021 non mostran incumprimentos significativos en materia de dereitos humanos ou laborais e todas foron cualificadas polos auditores externos como conformes. Requiríronse melloras que se implementarán e farase seguimento das mesmas en 2022 respecto a saúde e seguridade dos traballadores (1), o modelo de xestión social (5), as horas de traballo (7) e os salarios (1). Ningunha non conformidade foi crítica, polo que todas as empresas auditadas superaron a mesma.	47-49, 126-128
GRI 415: Política pública 2016.			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		24-28
415-1	Contribución a partidos e/ou representantes políticos	Non se rexistrou ningunha contribución económica a un partido político en 2021.	26-31
GRI 416: Saúde e seguridade dos clientes 2016. Tema material.			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		149-151
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		86-93, 29
103-3	Avaliación do enfoque de xestión		86-93, 29
416-1	Avaliación dos impactos na saúde e seguridade das categorías de produtos ou servizos		86-93, 29
416-2	Casos de incumprimento relativos aos impactos na saúde e seguridade das categorías de produtos e servizos	En 2021 non hai constancia de multas significativas en relación coa saúde e seguridade de produtos e servizos. Considérase unha multa significativa aquela cualificada como "moi grave" pola Administración que xere a sanción.	86-93, 29
GRI 417: Márketing e etiquetado 2016. Tema material.			
103-1	Explicación do tema material e a súa cobertura		149-151
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		91-92, 29

Estándar GRI	Contido	Resposta/comentario	Páxina
103-3	Avaliación do enfoque de xestión		91-92, 29
417-1	Requisitos para a información e a etiquetaxe de produtos e servizos	EROSKI inclúe no 100% dos seus produtos a información de etiquetaxe obrigatoria pola lexislación existente. Por exemplo, en alimentos inclúe a listaxe de ingredientes, alérxenos, información nutricional, datas de consumo preferente ou caducidade, lote, condicións especiais de conservación e utilización, se procede, etc. Ademais, nos seus produtos de marca propia inclúe información adicional como o semáforo nutricional.	91-92, 29
417-2	Casos de incumprimentos relacionados coa información e a etiquetaxe de produtos e servizos	En 2021 detectamos 113 non conformidades en materia de etiquetaxe. Respecto diso, procedemos ao contacto co provedor para confirmar composición actualizada de produto e actualización da etiquetaxe en caso de desviación. En 2020 foron 91 e en 2019 foron 28. En 2021 recibíronse 3.904 reclamacións de clientes relacionadas con etiquetaxe incorrecta, como, por exemplo, información confusa ou prezo incorrecto. En 2020 foron 5.931 e en 2019 foron 5.350. Non houbo multas nin sancións non monetarias significativas polo incumprimento das leis ou normativas en materia de consumo en 2021. Considérase unha multa significativa aquela cualificada como "moi grave" pola Administración que xere a sanción.	91-92, 29
417-3	Casos de incumprimentos relacionados con comunicacións de márketing	En 2021 houbo 5.207 reclamacións por comunicacións de márketing (ofertas, promocións). En 2020 foron 8.111 e en 2019 foron 4.945. Os datos de 2020 foron superiores debido principalmente ao incremento das accións promocionais en CAPRABO pola harmonización do Club Cliente con EROSKI.	91-92, 29
GRI 418: Privacidade do cliente 2016.			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		42
418-1	Reclamacións fundamentadas relativas a violacións da privacidade do cliente e de perda de datos do cliente	EROSKI é unha cooperativa de consumo e como tal vela con especial interese polos dereitos dos seus clientes, e sen dúbida un deles é o da protección de datos. En EROSKI cumprimos con todos os regulamentos e normativas aplicables en materia de protección de datos dos clientes. A xestión leva a cabo a través do Delegado de Protección de Datos (DPO) e o seu grupo de traballo, executándose dentro da Organización coa colaboración e cooperación da dirección, responsables de departamento e/ou áreas, administración de sistemas, usuarios dos sistemas, consultores e asesores externos. Reclamacións en 2021 de organismos oficiais: 0 Brechas de seguridade: 2 (en curso)	42, 29
GRI 419: Cumprimento socioeconómico 2016.			
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes		46, 29
419-1	Incumprimento das leis e normativas nos ámbitos social e económico	Non houbo multas nin sancións non monetarias significativas polo incumprimento das leis ou normativas en materia social ou económica en 2021. Considérase unha multa significativa aquela cualificada como "moi grave" pola Administración que xere a sanción.	46, 29

Correspondencia cos requirimentos da Lei 11/2018

Bloque	Información a reportar	Comentarios	Páxina/s	GRI relacionado
Información xeral	Descrición do modelo de negocio do grupo (Inclúe a súa contorna empresarial, a súa organización e estrutura, os mercados nos que opera, os seus obxectivos e estratexias, e os principais factores e tendencias que poden afectar a súa futura evolución).		12-29	102-2 102-3 102-4 102-5 102-6 102-7 102-14 102-15 102-16 102-45
	Políticas de aplicación			102-11
	Principais riscos		25-27; 100-104	102-15 102-30 201-2
	Información xeral (Efectos actuais e previsibles das actividades da empresa no medio ambiente e no seu caso, a saúde e a seguridade, os procedementos de avaliación ou certificación ambiental; recursos dedicados á prevención de riscos ambientais; aplicación do principio de precaución, cantidade de provisións e garantías para riscos ambientais).		98-122	102-11 102-29 102-31 103-2 304-2 307-1
	Contaminación			
	Medidas para previr , reducir ou reparar as emisións de carbono que afectan gravemente o medio ambiente; tendo en conta calquera forma de contaminación atmosférica específica dunha actividade, incluído o ruído e a contaminación luminosa.		112-114	302-4 302-5 305-5
	Economía circular e prevención e xestión de residuos			
	Medidas de prevención, reciclaxe, reutilización, outras formas de recuperación e eliminación de refugallo.		109-111	301-1 301-2 301-3 306-2 306-3
	Accións para combater o desperdicio de alimentos.		18, 102-103, 129	102-11
	Uso sostible dos recursos			
Consumo de auga e a subministración de auga de acordo coas limitacións locais.		114	303-1 303-2 303-5	
Consumo de materias primas e as medidas adoptadas para mellorar a eficiencia do seu uso.		106-111	301-1 301-2 301-3	
Consumo, directo e indirecto, de enerxía, medidas tomadas para mellorar a eficiencia enerxética e o uso de enerxías renovables.		112-114	302-1 302-2 302-3 302-4	
Cambio climático				
Elementos importantes das emisións de gases de efecto invernadoiro xerados como resultado das actividades da empresa, incluído o uso dos bens e servizos que produce. Medidas adoptadas para adaptarse ás consecuencias do cambio climático. Meas de redución establecidas voluntariamente a medio e longo prazo para reducir as emisións de gases de efecto invernadoiro e os medios impementados para tal fin.		100-105	301-1; 302-2 303-3 305-5	
Protección da biodiversidade				
Medidas tomadas para preservar ou restaurar a biodiversidade. Impactos causados polas actividades ou operacións en áreas protexidas.		116	304-1 304-2	
I. Información medioambiental				

Bloque	Información a reportar	Comentarios	Páxina/s	GRI relacionado	
II. Información social	Políticas de aplicación		30-33, 51	102-11 102-35	
	Principais riscos		29-32	102-15 102-30 403-2	
	Emprego				
	Número total e distribución de empregados por sexo, idade, país e clasificación profesional.		59-63	102-8 405-1	
	Número total e distribución de modalidades de contrato de traballo, media anual de contratos indefinidos, de contratos temporais e de contratos a tempo parcial por sexo, idade e clasificación profesional.	Estase a traballar para dispoñer da media anual de contratos por tipo de contrato e xornada por idade en próximos exercicios, xa que actualmente o sistema só permite dispoñer da desagregación por xénero e clasificación profesional. Preséntase a desagregación por idade segundo as porcentaxes existentes ao 31 de xaneiro de 2022.	52-56	102-8 405-1	
	Número de despidos por xénero, idade e clasificación profesional.		66	401-1	
	Remuneracións medias e a súa evolución desagregados por sexo, idade e clasificación profesional.		67-68	102-36 202-1 405-2	
	Brecha salarial, a remuneración de postos de traballo iguais ou de media da sociedade.				
	Remuneración media dos conselleiros e directivos, desagregada por xénero				
	Implantación de políticas de desconexión laboral.	Actualmente estase traballando na elaboración dunha política de desconexión laboral que estará aprobada en 2022.		401-2	
	Empregados con discapacidade.		74	405-1	
	Organización do traballo				
	Organización do tempo de traballo		64-65	401-2 401-3	
	Número de horas de absentismo.		76	403-9	
	Medidas destinadas a facilitar o goce da conciliación e fomentar o exercicio corresponsable destes por parte de ambos os dous proxenitores.		68	401-2 401-3	
	Saúde e seguridade				
	Condicións de saúde e seguridade no traballo.		69-73	102-41 403-1 403-4 403-8	
	Accidentes de traballo, en particular a súa frecuencia e gravidade, así como as enfermidades profesionais. Desagregado por sexo.		72	403-9 403-10	
	Relacións sociais				
	Organización do diálogo social (incluídos procedementos para informar e consultar ao persoal e negociar con eles)		66	402-1 403-1	
Porcentaxe de empregados cubertos por convenio colectivo por país		58	102-41		
Balance dos convenios colectivos, particularmente no campo da saúde e seguridade no traballo		73	102-41 403-1 403-4		
Formación					
Políticas imprentadas no campo da formación		77-81	404-2		
Cantidade total de horas de formación por categorías profesionais		79	404-1		
Accesibilidade					
Accesibilidade universal das persoas con discapacidade		82-83	405-1		
Igualdade					
Medidas adoptadas para promover a igualdade de trato e de oportunidades entre mulleres e homes.		69-71	401-1 405-1 406-1		
Plans de igualdade (Capítulo III da Lei Orgánica 3/2007, do 22 de marzo, para a igualdade efectiva de mulleres e homes), medidas adoptadas para promover o emprego, protocolos contra o acoso sexual e por razón de sexo, a integración e a accesibilidade universal das persoas con discapacidade.		69-71; 82-83	401-1 405-1 406-1		
Política contra todo tipo de discriminación e, no seu caso, de xestión da diversidade		69-71; 82-83			

Bloque	Información a reportar	Comentarios	Páxina/s	GRI relacionado
III. Información Dereitos Humanos	Políticas de aplicación		30-35	102-11
	Principais riscos		29-32	102-15 102-30
	Aplicación de procedementos de dilixencia debida en materia de dereitos humanos.		31, 93	102-16 412-1 412-2
	Prevenición dos riscos de vulneración de dereitos humanos e, no seu caso, medidas para mitigar, xestionar e reparar posibles abusos cometidos.		25-26, 78-79, 142	412-1 412-2
	Denuncias por casos de vulneración de dereitos humanos.	Non se rexistraron denuncias por casos de vulneración de dereitos humanos		412-1
	Promoción e cumprimento das disposicións dos convenios fundamentais da Organización Internacional do Traballo relacionadas co respecto pola liberdade de asociación e o dereito á negociación colectiva; a eliminación da discriminación no emprego e a ocupación; a eliminación do traballo forzoso ou obrigatorio; a abolición efectiva do traballo infantil.		31, 93	406-1 407-1 408-1 409-1
	Políticas de aplicación		29-33	102-11
	Principais riscos		29-33	102-15 102-30
	Medidas adoptadas para previr a corrupción e o suborno.		25,28	102-16 205-1 205-2
	Medidas para loitar contra o branqueo de capitais.		25,28	203-2 413-1
Achegas a fundacións e entidades sen ánimo de lucro.		133	203-2 413-1	
Políticas de aplicación		30-35	102-11	
Principais riscos		29-32	102-15 102-30	
Compromisos da empresa co desenvolvemento sostible				
Impacto da actividade da sociedade no emprego e o desenvolvemento local.		45-46	203-1 203-2 204-1 413-1	
Impacto da actividade da sociedade nas poboacións locais e no territorio.		45-46	203-1 203-2 204-1 413-1	
Relacións mantidas cos actores das comunidades locais e as modalidades do diálogo con estes.		127-134	413-1	
Accións de asociación ou patrocinio.		162	203-2 413-1	
Subcontratación e provedores				
Inclusión na política de compras de cuestións sociais, de igualdade de xénero e ambientais.		48	102-11 102-16 308-1 414-1	
Consideración nas relacións con provedores e subcontratistas da súa responsabilidade social e ambiental		48; 106-108	308-1 414-1 414-2	
Sistemas de supervisión e auditorías e resultados das mesmas.		106-108	416-1	
Consumidores				
Medidas para a saúde e a seguridade dos consumidores.		86-91	416-1	
Sistemas de reclamación, queixas recibidas e resolución das mesmas.		29	417-2 417-3 418-1	
Información fiscal				
Beneficios obtidos país por país.			-	
Impostos sobre beneficios pagados.		140	207-1	
Subvencións públicas recibidas.			201-4	

Anexo

Táboas comparativas con exercicios anteriores

Táboa 1. Tendas do Grupo EROSKI e as súas franquías por negocio

	2021			2020			2019		
	Total	Franquiciados	Propios	Total	Franquiciados	Propios	Total	Franquiciados	Propios
Hipermercados	36	0	36	37	0	37	47	1	46
Supermercados	1.336	577	759	1.293	532	761	1.282	522	760
Cash&Carry	18	0	18	18	0	18	19	0	19
Gasolineiras	38	0	38	40	0	40	42	0	42
Ópticas	11	0	11	11	0	11	11	0	11
Axencias de viaxe	130	24	106	148	25	123	166	25	141
FORUM SPORT	68	1	67	69	1	68	70	1	69
Tendas on line	9	0	9	8	0	8	8	0	8
Total	1.646	602	1.044	1.624	558	1.066	1.645	549	1.096

Táboa 2. Supermercados do Grupo EROSKI e as súas franquías por ensina

	2021			2020			2019		
	Total	Franquiciados	Propios	Total	Franquiciados	Propios	Total	Franquiciados	Propios
EROSKI/city1	599	290	309	574	267	307	556	259	297
CAPRABO	296	86	210	287	74	213	297	71	226
EROSKI Center	166	2	164	166	2	164	164	2	162
ALIPROX	106	106	0	114	114	0	112	112	0
FAMILIA	75	0	75	76	0	76	75	0	75
ONDA	48	48	0	48	48	0	57	57	0
RAPID	46	45	1	28	27	1	21	21	0
Total	1.336	577	759	1.293	532	761	1.282	522	760

¹A cifra de EROSKI City inclúe os establecementos MERCA, que se presentaba desagregada en anos anteriores

Táboa 3. Distribución por comunidades autónoma e negocio dos establecementos Físicos en 2020

	Establecementos propios							Establecementos franquiciados				Total franquiciados	Total	
	Negocios alimentación			Negocios diversificados				Negocios alimentación		Negocios diversificados				
	Hipermercados	Supermercados	Cash&Carry	Gasolineiras	Ópticas	Axencias de viaxes	Leceer - Deporte ¹	Total propios	Hipermercados	Supermercados	Axencias de viaxes			Leceer - Deporte
Andalucía	3	0		1	1			5	51	1		52	57	
Andorra		0						0	4			4	4	
Aragón		36		1		4	2	43	25			25	68	
Asturias	1	11	1	2		5	7	27	1			1	28	
Cantabria	1	8		1		5	5	20	9	3		12	32	
Castela e León	1	20		1		8	12	42	11	1	1	13	55	
Castela-A Mancha	1	0		1		2		4	3			3	7	
Cataluña		213		2		1	1	217	75	1		76	293	
Ceuta		0						0	0			0	0	
Comunidade Valenciana	1	0		1		1	2	5	7			7	12	
Estremadura		0				1		1	2			2	3	
Galicia	5	147	17	3		4	2	178	116	4		120	298	
Xibraltar								0	3			3	3	
Illas Baleares		107		3				110	72			72	182	
Illas Canarias		0						0	0			0	0	
A Rioxa	1	10		1		6	3	21	7			7	28	
Madrid		0				3	1	4	18			18	22	
Melilla		0						0	0			0	0	
Murcia		0					1	1	0			0	1	
Navarra	2	53		4	1	14	6	80	33	4		37	117	
País Vasco	21	156		19	9	69	26	300	95	11		106	406	
Total	37	761	18	40	11	123	68	1.058	0	532	25	1	558	1.616

¹ Leceer e deporte inclúe FORUM e DOOERS

Tabla 4. Riqueza distribuída por EROSKI aos nosos grupos de interese (millóns de euros)

	2021	2020	2019
Persoas Traballadoras de EROSKI	482	495	489
Soldos, salarios e asimilados	98,8%	98,7%	98,3%
Indemnizacións	1,1%	1,3%	1,6%
Aportacións a plans de aportación definida	0,1%	0,1%	0,1%
Estado	239	222	233
Cargas sociais e impostos polas persoas traballadoras	73%	80%	74%
Impostos sobre ganancias	21%	12%	19%
Tributos	6%	8%	6%
Subvencións	0%	0%	0%
Medio ambiente (millóns de euros destinados á minimización do impacto ambiental e á protección e mellora do medio ambiente)	24	20	15
Gastos	4%	5%	8%
Investimentos	96%	95%	92%
Empresas Provedoras	3.701	3871	3.747
Provedores comerciais	89%	90%	90%
Provedores de servizos	11%	10%	10%
Cientes (millóns de euros transferidos a través das múltiples ofertas comerciais levadas a cabo durante o ano)	347	326	308
Sociedade (millóns de euros destinados a fins sociais e á formación e información das persoas consumidoras)	13,5	14	10
Grupo EROSKI	97%	93%	91%
Fundación EROSKI	3%	7%	9%

Tabla 5. Persoas atendidas polo servizo de atención ao cliente e resolución de reclamacións

	2021	2020	2019
Persoas atendidas	550.093	720.990	471.452
Índice de resolución de reclamacións	100%	100%	100%
Índice de resolución no primeiro contacto	87,8%	91,8%	93,0%

Tabla 6. Persoas traballadoras por xénero 102-8

	2021	2020	2019
Mulleres	21.905 (77%)	22.964 (77%)	22.459 (78%)
Homes	6.448 (23%)	6.842 (23%)	6.480 (22%)
Total EROSKI	28.353	29.806	28.939
Empregos en franquías estimados	3.627	3.348	3.412
Socios Traballadores	9.058	8.954	9.258

Tabla 7. Persoas traballadoras por comunidades autónoma 102-8

	2021	2020	2019
Andalucía	188	261	353
Aragón	938	987	920
Asturias	515	501	467
Cantabria	368	384	387
Castela-A Mancha	5	135	279
Castela e León	670	643	658
Cataluña	5.358	5.732	5.732
Comunidade Valenciana	17	78	218
Estremadura	1	4	4
Galicia	5.966	5.763	5.467
Illas Baleares	2.436	2.489	2.360
Illas Canarias			66
A Ríoxa	321	349	349
Madrid	262	263	288
Murcia	6	64	67
Navarra	1.499	1.699	1.592
País Vasco	9.803	10.454	9.732
Total	28.353	29.806	28.939

Táboa 8. Persoas traballadoras con contrato indefinido por xénero, franxas de idade e categoría profesional 102-8

	2021	2020	2019
Contratos indefinidos	22.244	21.962	22.199
Por xénero			
Mulleres	17.588	17.399	17.648
Homes	4.656	4.563	4.551
Por grupo de idade			
<30 anos	1.326	1.133	1.204
30-50 anos	13.446	14.111	14.954
>50 anos	7.472	6.718	6.041
Por clasificación profesional			
Directivo/a	56	38	35
Xestor/a	298	309	325
Responsable	2.762	2.808	2.762
Técnico/a	1.051	1.038	1.051
Profesional	16.615	16.301	16.615
Mando	1.462	1.468	1.462

Tabla 9. Persoas traballadoras con contrato temporal por xénero, franxas de idade e categoría profesional 102-8

	2021	2020	2019
Contratos Temporais	6.109	7.844	6.740
Por xénero			
Mulleres	4.317	5.565	4.811
Homes	1.792	5.565	1.929
Por grupo de idade			
<30 anos	2.780	3.655	2.872
30-50 anos	2.738	3.444	3.117
>50 anos	591	745	751
Por clasificación profesional			
Directivo/a	0	0	0
Xestor/a	1	0	5
Responsable	37	32	37
Técnico/a	53	70	53
Profesional	5.995	7.697	5.995
Mando	23	45	23

Tabla 10. Persoas traballadoras con xornada completa segundo xénero, franxa de idade e clasificación profesional 102-8

	2021	2020	2019
Contratos xornada completa	18.653	18.936	17.821
Por xénero			
Mulleres	13.221	13.330	12.531
Homes	5.432	5.606	5.290
Por grupo de idade			
<30 anos	2.163	2.357	1.948
30-50 anos	10.336	11.030	10.874
>50 anos	6.154	5.549	4.999
Por categoría profesional			
Directivo/a	56	38	35
Xestor/a	296	306	322
Responsable	2.520	2.523	2.520
Técnico/a	984	975	948
Profesional	13.401	13.688	13.401
Mando	1.396	1.406	1.396

Táboa 11. Persoas traballadoras con xornada parcial segundo xénero, franxa de idade e clasificación profesional 102-8

	2021	2020	2019
Contratos tempo parcial	9.700	10.870	11.118
Por xénero			
Mulleres	8.684	9.634	9.928
Homes	1.016	1.236	1.190
Por grupo de idade			
<30 anos	1.943	2.431	2.128
30-50 anos	5.848	6.525	7.197
>50 anos	1.909	1.914	1.793
Por clasificación profesional			
Directivo/a	0	0	0
Xestor/a	3	3	8
Responsable	279	317	279
Técnico/a	120	132	120
Profesional	9.290	10.311	9.209
Mando	89	107	89

Táboa 12. Número e índice de contratacións segundo xénero e franxa de idade

	2021			2020			2019		
	Mulleres	Homes	Taxa	Mulleres	Homes	Taxa	Mulleres	Homes	Taxa
<30 anos	450	243	2,4%	297	165	1,6%	375	176	1,9%
30 - 50 anos	807	228	3,7%	1.313	231	5,2%	1.321	252	5,4%
>50 anos	98	25	0,4%	375	71	1,5%	194	36	0,8%
Total por xénero	1.355	496		1.985	467		1.890	464	
Total	1.851			2.452			2.354		
Taxa novos empregados por xénero	6,2%	7,7%		8,7%	6,9%		8,4%	7,2%	
Taxa novos empregados total	7%			8,3%			8,1%		

Táboa 13. Número de despedimentos segundo xénero, franxa de idade e categoría profesional

	2021			2020			2019		
	Mulleres	Homes	Taxa	Mulleres	Homes	Taxa	Mulleres	Homes	Taxa
< 30 anos	87	63	0,5%	41	24	0,2%	90	48	0,5%
30 - 50 anos	320	107	1,50%	236	71	1,4%	440	146	2,0%
>50 anos	179	68	0,90%	149	66	0,73%	312	122	1,5%
Total por sexo	586	238		426	161		842	316	
Total	824			587			1.158		
Taxa rotación de empregados por sexo	2,70%	3,70%		1,9%	2,4%		3,7%	4,9%	
Taxa rotación de empregados total	3%			2,0%			4,0%		

Táboa 14. Despidos por xénero, franxas de idade e categoría profesional

Número de despidos	2021	%	2020	%	2019	%
Por xénero						
Mulleres	304	71,4%	220	68%	842	73%
Homes	122	28,6%	104	32%	316	27%
Por franxa de idade						
<30 anos	42	9,9%	25	8%	138	12%
30-50 anos	265	62,2%	203	63%	586	51%
>50 anos	119	27,9%	96	29%	434	37%
Por categoría profesional						
Directivo/a	0	0%	0	0%	0	0%
Xestor/a	7	1,6%	10	3%	26	2%
Mando	26	6,1%	26	8%	53	5%
Técnico/a	18	4,2%	200	62%	945	82%
Profesional	318	74,7%	74	23%	92	8%
Responsable	57	3,4%	14	4%	42	4%

Táboa 15. Remuneración media (€) e brecha salarial (%) por xénero do Consello de Dirección

2021			2020			2019		
Mulleres	Homes	Brecha	Mulleres	Homes	Brecha	Mulleres	Homes	Brecha
116.758	109.664	-6,1%	108.296	118.148	9%	107.052	115.570	8%

Táboa 16. Remuneración media (€) e brecha salarial (%) por xénero e categoría profesional

2021	EROSKI, S. Coop.			Resto de sociedades		
Categoría profesional	Mulleres	Homes	Brecha Salarial	Mulleres	Homes	Brecha Salarial
Directivo/a	74.562	74.747	0,20%	66.107	84.265	27,50%
Xestor/a	47.425	49.461	4,30%	56.365	58.816	4,30%
Mando	34.542	34.451	-0,30%	29.486	33.870	14,90%
Profesional	18.488	20.155	9,00%	16.480	17.206	4,40%
Responsable	25.261	25.856	2,40%	19.834	22.529	13,60%
Técnico/a	33.459	34.032	1,70%	28.942	31.649	9,40%
2020	EROSKI, S. Coop.			Resto de sociedades		
Categoría profesional	Mulleres	Homes	Brecha Salarial	Mulleres	Homes	Brecha Salarial
Directivo/a	73.739	79.817	8%	66.329	85.856	29%
Xestor/a	44.526	47.117	6%	54.930	57.595	5%
Mando	32.029	31.971	0%	28.984	33.289	15%
Profesional	17.191	18.924	10%	16.375	17.229	5%
Responsable	23.401	23.689	1%	19.833	22.401	13%
Técnico/a	31.109	31.854	2%	28.780	31.584	10%
2019	EROSKI, S. Coop.			Resto de sociedades		
Categoría profesional	Mulleres	Homes	Brecha Salarial	Mulleres	Homes	Brecha Salarial
Directivo/a	73.760	76.199	3,30%	64.826	88.334	36,30%
Xestor/a	44.485	46.989	5,60%	52.231	55.302	5,90%
Mando	31.692	31.676	-0,10%	29.424	33.055	12,30%
Profesional	17.039	18.771	10,20%	16.057	16.834	4,80%
Responsable	23.214	23.286	0,30%	21.310	23.282	9,30%
Técnico/a	30.723	31.484	2,50%	29.294	32.985	12,60%

I Táboa 17. Remuneración media (€) e brecha salarial (%) por xénero e franxa de idade

2021						
Franxa de idade	EROSKI, S. Coop.			Resto de sociedades		
	Mulleres (€)	Homes (€)	Brecha Salarial	Mulleres (€)	Homes (€)	Brecha Salarial
<30 anos	18.753	19.058	1,6%	15.271	15.757	3,2%
30-50 anos	21.210	26.431	24,6%	17.795	20.378	14,5%
>50 anos	21.543	30.760	42,8%	18.413	25.024	35,9%

2020						
Franxa de idade	EROSKI, S. Coop.			Resto de sociedades		
	Mulleres (€)	Homes (€)	Brecha Salarial	Mulleres (€)	Homes (€)	Brecha Salarial
< 30 anos	17.543	17.396	-0,8%	15.168	15.744	3,8%
30-50 anos	19.527	25.236	29,2%	17.324	20.587	18,8%
>50 anos	19.601	28.070	43,2%	17.694	25.697	45,2%

2019						
Franxa de idade	EROSKI, S. Coop.			Resto de sociedades		
	Mulleres (€)	Homes (€)	Brecha Salarial	Mulleres (€)	Homes (€)	Brecha Salarial
<30 anos	17.543	17.396	-0,8%	15.168	15.744	3,8%
30-50 anos	19.527	25.236	29,2%	17.324	20.587	18,8%
>50 anos	19.601	28.070	43,2%	17.694	25.697	45,2%

I Táboa 18. Distribución de persoas traballadoras por xénero, franxas de idade e categoría profesional

2021												
Franxa de idade	Directivo/a		Xestor/a		Responsable		Técnico/a		Profesional		Mando	
	Muller	Home	Muller	Home	Muller	Home	Muller	Home	Muller	Home	Muller	Home
< 30 anos	0	0	0	0	42	22	41	18	2.569	1.380	22	12
30 - 50 anos	10	12	67	67	1.478	281	379	261	10.462	2.263	646	258
> 50 anos	8	26	57	108	795	181	192	213	4.853	1.083	284	263
Total	18	38	124	175	2.315	484	494	18	17.884	4.726	952	533

2020												
Franxa de idade	Directivo/a		Xestor/a		Responsable		Técnico/a		Profesional		Mando	
	Muller	Home	Muller	Home	Muller	Home	Muller	Home	Muller	Home	Muller	Home
< 30 anos	0	0	0	0	48	26	46	20	3.046	1.562	24	16
30 - 50 anos	10	11	75	79	1.586	303	412	271	11.354	2.483	659	312
> 50 anos	4	13	46	109	700	177	164	194	4.542	1.012	248	254
Total	14	24	313	256	2.334	506	614	497	18.942	5.057	931	582

2019												
Franxa de idade	Directivo/a		Xestor/a		Responsable		Técnico/a		Profesional		Mando	
	Muller	Home	Muller	Home	Muller	Home	Muller	Home	Muller	Home	Muller	Home
< 30 anos	0	0	1	1	59	27	47	21	2.548	1.326	27	18
30 - 50 anos	8	11	84	85	1.682	323	432	297	11.726	2.380	695	350
> 50 anos	4	12	42	117	636	180	136	175	4.122	924	210	233
Total	12	23	127	203	2.377	530	615	493	18.396	4.630	932	601

▮ Táboa 19. Distribución por franxas de idade dos órganos de goberno

Órganos de Goberno	2021	2020	2019
Asemblea xeral	250	250	250
<30 anos	146 (58,4%)	4 (1,6%)	5 (2%)
30-50 anos	103 (41,2%)	157 (62,8%)	166 (66,4%)
>50 anos	1 (0,4%)	89 (35,6%)	79 (31,6%)
Comisión delegada	348	351	355
<30 anos	214 (61,5%)	5 (1,5%)	8 (2,2%)
30-50 anos	125 (35,9%)	223 (63,5%)	236 (66,5%)
>50 anos	9 (2,6%)	123 (35,0%)	111 (31,3%)
Consello reitor	12	12	12
<30 anos	7 (58,3%)	0	0
30-50 anos	5 (41,7%)	7 (58,3%)	9 (75%)
>50 anos	0	5 (41,7%)	3 (25%)
Consello social	16	16	16
<30 anos	9 (56,2%)	0	0
30-50 anos	7 (43,7%)	9 (56,2%)	12 (75%)
>50 anos	0	7 (43,8%)	4 (25%)

▮ Táboa 20. Taxas de accidentes laborais

	2021	2020	2019
Causas accidentes laborais			
Sobre esforzo	35,6%	29,2%	37,9%
Caídas persoas ao mesmo nivel ou distinto nivel	14,3%	14,5%	12,2%
Cortes	14,5%	14%	13,4%
Outras causas	35,6%	42,3%	36,6%
Axente material			
Alimentos, vidros, plásticos ou empacitados	39%	37,5%	39,9%
Produtos metálicos e ferramentas	9,5%	9,9%	10,2%
Carretillas ou similares	6,6%	8,3%	7,1%
Outros axentes materiais	44,9%	44,3%	42,8%
Taxa de accidentes laborais leves con baixa¹	25,8	27,2	33,1
Mulleres	67,3%	70,3%	69%
Homes	32,7%	29,7%	31%
Taxa de accidentes laborais graves con baixa²	0,1%	0%	0,1%
Mulleres	50%	0%	60%
Homes	50%	0%	40%
Taxa de accidentes laborais in itinere con baixa³	0%	0%	5,4
Mulleres	0%	0%	77%
Homes	0%	0%	23%
Mortes por accidente laboral ou enfermidade profesional	0%	0%	0%
Mulleres	0%	0%	0%
Homes	0%	0%	0%

¹Número de accidentes leves por millón de horas traballadas

²Número de accidentes graves por millón de horas traballadas

³Número de accidentes in itinere con baixa por millón de horas traballadas

▮ Táboa 21. Taxa de absentismo laboral

	2021	2020	2019
Taxa de absentismo laboral	8,3%	8,4%	6,7%
Mulleres	9,1%	9,3%	7,4%
Homes	5,9%	5,7%	4,3%
Horas de absentismo	3.790.640	3.992.453	3.161.216
Mulleres	3.141.675	3.329.368	2.665.009
Homes	648.965	663.085	496.207

▮ Táboa 22. Enfermidades profesionais

	2021	2020	2019
Índice de frecuencia	1,2	1,1	1,7
Mulleres	92,9%	91,5%	91%
Homes	7,1%	8,5%	9%

▮ Táboa 23. Formación das persoas traballadoras por xénero e categoría profesional 404-1

	2021	2020	2019
Media horas formación	6,2	3,7	6,6
Mulleres	5,8	3,4	6,0
Homes	7,7	4,7	8,8
Directivo/a	24,5	36,4	43,9
Mulleres	14,4	44,5	48,4
Homes	29,3	31,6	41,0
Xestor/a	11,6	6,5	19,2
Mulleres	12,2	8,7	24,0
Homes	11,1	5,0	16,2
Mando	12,6	10,4	18,7
Mulleres	12,2	10,2	18,5
Homes	13,4	10,7	18,9
Profesional	5,1	2,4	4,5
Mulleres	5	2,4	4,2
Homes	5,8	2,7	5,6
Responsable	6,5	4,8	9,6
Mulleres	6	4,6	9,2
Homes	9	5,4	11,2
Técnico/a	16,6	16,7	22,4
Mulleres	17,5	17,6	25,1
Homes	15,6	15,6	19,0

▮ Táboa 24. Persoas traballadoras con avaliación periódica do desempeño e desenvolvemento profesional

Categoría Profesional	2021		2020		2019	
	Muller	Home	Muller	Home	Muller	Home
Directivo/a	83,3%	76,3%	64,3%	91,7%	100%	100%
Xestor/a	79%	67,4%	70,2%	53,7%	45%	40%
Mando	66,7%	57,6%	62,1%	51,4%	62%	56%
Profesional	46,8%	35,2%	43,3%	32,1%	44%	35%
Responsable	69,2%	78,3%	57,6%	58,1%	55%	56%
Técnico/a	67,8%	66,9%	53,4%	55,1%	59%	61%
Total	50,8%	43,8%	46%	38,1%	47%	41%

▮ Táboa 25. Persoas traballadoras con avaliación periódica do desempeño e desenvolvemento profesional segundo xénero e categoría profesional

Categoría Profesional	2021			2020			2019		
	Muller	Home	Total	Muller	Home	Total	Muller	Home	Total
Directivo/a	15	29	44	9	22	31	12	23	35
Xestor/a	98	118	216	85	101	186	57	81	138
Mando	635	307	942	578	299	877	575	336	911
Profesional	8.371	1.664	10.035	8.211	1.621	9.832	8.117	1.621	9.738
Responsable	1.601	379	1.980	1.345	294	1.639	1.319	299	1.618
Técnico/a	415	329	744	332	267	599	365	302	667
Total	11.135	2.826	13.961	10.560	2.604	13.164	10.445	2.662	13.107

Táboa 26. Persoas traballadoras con discapacidade por categoría profesional

	2021	2020	2019
Directivo/a	1	1	1
Mulleres	0	0	0
Homes	1	1	1
% total	0,3%	0,3%	0,3%
Xestor/a	2	2	3
Mulleres	0	0	0
Homes	2	2	3
% total	0,6%	0,6%	0,8%
Responsable	23	26	26
Mulleres	17	18	17
Homes	6	8	9
% total	6,4%	7,3%	7,0%
Técnico/a	6	6	7
Mulleres	4	4	4
Homes	2	2	3
% total	1,7%	1,7%	1,9%
Profesional	313	310	324
Mulleres	202	197	208
Homes	111	113	116
% total	87,2%	86,8%	86,6%
Mando	14	12	11
Mulleres	9	5	4
Homes	5	7	7
% total	3,9%	3,4%	2,9%
Total	359	357	233

Táboa 27. Auditorías de calidade e controis analíticos

	2021	2020	2019
Puntos de venda e plataformas loxísticas*	938	918	1.703
Plantas de produción de provedores de marca propia	343	274	294
Plantas de produción de provedores de marca fabricante	46	44	47
Análíticas realizadas	22.906	15.427	20.141

* Non se realizaron auditorías en plataformas loxísticas debido a COVID-19.

Táboa 28. Provedores comerciais e de servizos por país

País	2021	2020	2019
Alemaña	30	26	22
Andorra	3	4	2
Arxentina	0	0	1
Austria	1	0	0
Bangladesh	3	4	6
Bélxica	17	15	10
Canadá	1	1	1
China	38	43	54
Chipre	0	0	1
Corea do Sur	1	1	1
Croacia	1	1	1
Dinamarca	8	5	6
EEUU	16	13	11
Eslovaquia	0	0	0
España	9.493	9.762	10.008
Finlandia	1	0	0
Francia	42	41	53
Grecia	2	2	1
Holanda	17	17	15
India	1	0	1
Indonesia	1	1	1
Irlanda	16	14	12
Israel	2	1	1
Italia	14	10	13
Luxemburgo	2	2	2
Noruega	5	4	4
Nova Zelandia	1	0	0
Paquistán	2	4	5
Polonia	1	0	2
Portugal	46	43	37
Reino Unido	23	23	26
Singapur	1	1	1
Suecia	3	4	2
Suíza	5	4	5
Tailandia	2	2	2
Taiwán	1	1	2
Túnez	0	0	0
Turquía	1	1	1
Vietnam	2	3	4
Total	9.803	10.053	10.314

Táboa 29. Provedores comerciais e produtores locais por comunidades autónoma (número)

Número de provedores comerciais e produtores locais por comunidade autónoma	2021	2020	2019
Total empresas provedoras comerciais	3.599	3.779	3.842
Total empresas provedoras locais	2.152	2.273	2.322
Andalucía			
Nº provedores comerciais	249	292	302
Nº produtores locais	173	207	214
% provedores rexionais respecto ao total de provedores comerciais	69%	71%	71%
Aragón			
Nº provedores comerciais	165	172	151
Nº produtores locais	121	128	107
% provedores rexionais respecto ao total de provedores comerciais	73%	74%	71%
Asturias			
Nº provedores comerciais	87	86	87
Nº produtores locais	58	60	64
% provedores rexionais respecto ao total de provedores comerciais	67%	70%	74%
Baleares			
Nº provedores comerciais	173	172	173
Nº produtores locais	150	145	143
% provedores rexionais respecto ao total de provedores comerciais	87%	84%	83%
Canarias			
Nº provedores comerciais	3	52	71
Nº produtores locais	1	34	54
% provedores rexionais respecto ao total de provedores comerciais	33%	65%	76%
Cantabria			
Nº provedores comerciais	75	76	75
Nº produtores locais	56	54	54
% provedores rexionais respecto ao total de provedores comerciais	75%	71%	72%
Castela e León			
Nº provedores comerciais	186	180	172
Nº produtores locais	111	106	103
% provedores rexionais respecto ao total de provedores comerciais	60%	59%	60%
Castela-A Mancha			
Nº provedores comerciais	96	122	152
Nº produtores locais	49	70	103
% provedores rexionais respecto ao total de provedores comerciais	51%	57%	68%
Cataluña			
Nº provedores comerciais	798	809	848
Nº produtores locais	468	463	487
% provedores rexionais respecto ao total de provedores comerciais	59%	57%	57%

Número de provedores comerciais e produtores locais por comunidade autónoma	2021	2020	2019
Ceuta			
Nº provedores comerciais	2	2	2
Nº produtores locais	2	2	2
% provedores rexionais respecto ao total de provedores comerciais	100%	100%	100%
Comunidade Valenciana			
Nº provedores comerciais	222	242	250
Nº produtores locais	63	79	81
% provedores rexionais respecto ao total de provedores comerciais	28%	33%	32%
Estremadura			
Nº provedores comerciais	45	49	48
Nº produtores locais	30	36	35
% provedores rexionais respecto ao total de provedores comerciais	67%	73%	73%
Galicia			
Nº provedores comerciais	460	462	425
Nº produtores locais	313	321	291
% provedores rexionais respecto ao total de provedores comerciais	68%	69%	68%
A Ríoxa			
Nº provedores comerciais	85	82	84
Nº produtores locais	63	60	61
% provedores rexionais respecto ao total de provedores comerciais	74%	73%	73%
Madrid			
Nº provedores comerciais	300	313	312
Nº produtores locais	44	44	45
% provedores rexionais respecto ao total de provedores comerciais	15%	14%	14%
Melilla			
Nº provedores comerciais		2	3
Nº produtores locais		2	3
% provedores rexionais respecto ao total de provedores comerciais		100%	100%
Murcia			
Nº provedores comerciais	57	90	109
Nº produtores locais	16	46	64
% provedores rexionais respecto ao total de provedores comerciais	28%	51%	59%
Navarra			
Nº provedores comerciais	199	187	186
Nº produtores locais	161	151	147
% provedores rexionais respecto ao total de provedores comerciais	81%	81%	79%
País Vasco			
Nº provedores comerciais	397	389	392
Nº produtores locais	273	265	264
% provedores rexionais respecto ao total de provedores comerciais	69%	68%	67%

I Táboa 30. Emisións de gases de efecto invernadoiro (GEI) – pegada de carbono de EROSKI (tCO₂eq) 305-1; 305-2; 305-3

Emisións de GEI (tCO ₂ eq)	2021	%	2020	2019	2017	Variación 2020-2021 (%)	Variación 2017-2021 (%)
Emisións directas (Alcance 1)	66.717	31%	84.845	97.769	122.653	-21%	-46%
Gas natural	1.053	2%	1.411	1.538	1.601	-25%	-34%
Refrigerantes	65.664	98%	83.434	96.231	121.052	-21%	-46%
Emisións indirectas por consumo eléctrico (Alcance 2) Media España	106.217		141.897	153.983	248.366	-31%	-57%
Hipermercados	13.649	13%	21.319	27.209	54.528	-50%	-75%
Supermercados	76.216	72%	98.610	104.117	157.672	-27%	-52%
Plataformas	10.999	10%	15.533	15.355	21.878	-28%	-50%
Outros negocios	5.353	5%	6.435	7.301	14.288	-27%	-63%
Emisións indirectas por consumo eléctrico (Alcance 2) Mix Comercializadoras	63.730	29%	91.546	99.344	218.166	-36%	-71%
Hipermercados	8.189	13%	13.754	17.555	47.897	-53%	-83%
Supermercados	45.730	72%	63.620	67.172	138.500	-32%	-67%
Plataformas	6.600	10%	10.021	9.907	19.218	-33%	-66%
Outros negocios	3.211	5%	4.151	4.711	12.551	-32%	-74%
Outras emisións indirectas (Alcance 3)	87.960	40%	90.701	96.892	98.302	-3%	-11%
Transporte loxístico estrada	61.989	71%	65.572	64.304	68.711	-6%	-10%
Transporte loxístico marítimo	1.902	2%	1.816	2.800		5%	
Viaxes traballo aéreo e por estrada (emisións combustión)	3.505	4%	3.010	4.566	3.412	16%	3%
Estancias de hotel	230	0%	154			50%	
Diésel transporte (do pozo ao tanque)	11.372	13%	12.056	14.615	15.542	-6%	-27%
Diésel viaxes traballo (do pozo ao tanque)	590	1%	497	641	614	19%	-4%
Viaxes traballo tren	7	0%	0	8			
Auga	321	0%	330	308	411	-3%	-22%
Papel consumido en sede EROSKI, folletos, tickets e revistas	8.044	9%	7.265	9.651	9.612	11%	-16%
Total (con mix comercializadoras para a electricidade)	218.407		267.092	294.005	439.121	-18%	-50%

*A partir de 2019 inclúense os datos de transporte marítimo. En 2017 non se inclúen datos de papel en tickets de compra. Antes de 2020 incluíase o dato de GNC dentro do gasóleo. As emisións asociadas a viaxes de traballo e estancias aumentaron moito respecto a 2020, xa que pola pandemia reducíronse drasticamente.

Táboa 31. Intensidade das emisións de GEI
305-4

Intensidade das emisións de GEI	2021	2020	2019	2017
Total				
g CO ₂ eq/€ vendas netas	48,1	55,6	64,1	91,6
kg CO ₂ eq/m ² superficie comercial	183,7	224,6	238,8	323,7
Alcance 1				
g CO ₂ eq/€ vendas netas	14,7	17,6	21,3	25,6
kg CO ₂ eq/m ² superficie comercial	56,1	71,4	79,4	90,4
Alcance 2 (mix comercializadoras)				
g CO ₂ eq/€ vendas netas	14,0	19,0	21,7	45,5
kg CO ₂ eq/m ² superficie comercial	53,6	77,0	80,7	160,8
Alcance 3				
g CO ₂ eq/€ vendas netas	19,4	18,9	21,1	20,5
kg CO ₂ eq/m ² superficie comercial	74,0	76,3	78,7	72,5
Alcance 1+2				
g CO ₂ eq/€ vendas netas	28,7	36,7	43,0	71,1
kg CO ₂ eq/m ² superficie comercial	109,7	148,4	160,1	251,2

Redución das emisións de GEI	Variación 2020-2021 (%)	Variación 2019-2021 (%)	Variación 2017-2021 (%)
Emisións directas (Alcance 1)	-21%	-32%	-46%
Emisións indirectas por consumo eléctrico (Alcance 2, mix comercializadoras)	-30%	-36%	-71%
Outras emisións indirectas (Alcance 3)	-3%	-9%	-11%
Alcance 1 + Alcance 2	-26%	-34%	-62%
Total	-18%	-26%	-50%

Táboa 32. Materiais usados nos produtos e envases de marca propia declarados aos Sistemas Colectivos de Responsabilidade Ampliada de Produtor (toneladas)
301-1

Materiais (toneladas)	2021	2020	2019	Variación 2020-2021 (%)	Variación 2019-2021 (%)
Envases e embalaxes	4.956	2.875	3.031	72%	11%
Non Renewable	2.617	1.666	1.801	57%	5%
Aceiro	452	389	442	16%	-14%
Aluminio	630	63	48	896%	1075%
Plástico	1.532	1.213	1.265	26%	-15%
Outros	3	1	46	341%	-97%
Renovable	2.339	1.209	1.230	94%	20%
Papel/Cartón/Madeira/Corcho	1.566	1.118	1.118	40%	-15%
Cerámica	3	6	4	-45%	-28%
Madeira/corcho	5	2	4	193%	15%
Vidro	765	84	107	815%	576%
Tipo de material					
Pilas	91	119	68	-24%	33%
Lámpadas fluorescentes compactas	0	0	0,0001		-100%
Aceite	1	1	0,03	9%	4750%
Aparatos eléctricos e electrónicos	664	937	1.216	-29%	-45%

Táboa 33. Bolsas de caixa comercializadas (unidades)

Tipo de bolsa de caixa	2021	2020	2019	2018	Variación 2020-2021 (%)	Variación 2018-2021 (%)
Bolsa de plástico reutilizables certificadas por AENOR	0	11.649.297	22.080.420	78.996.640	-100%	-100%
Bolsa de rafia, cun 70% de plástico reciclado, reutilizable	1.749.490	1.724.316	1.757.301	1.404.542	1%	25%
Bolsa solidaria reutilizable	115.210	151.118	229.965	221.122	-24%	-48%
Bolsa con máis de un 55% de plástico reciclado	79.751.005	53.074.958	41.996.501	164.825	50%	48.285%
Bolsa de papel	1.548.907	1.444.790	1.614.367	16.569	7%	9.248%
Bolsa compostable	8.936.225	11.897.612	6.737.766	338.898	-25%	2.537%
Bolsa de plástico dun só uso	0	10.219.090	23.889.626	33.129.309	-100%	-100%
Mallas reutilizables	37.128	56.695	165.158	0	-35%	100%
Outras bolsas	165.664	20.118	26.736	182.260	723%	-9%
Total	92.303.628	90.237.993	98.497.841	114.454.165	2%	-19,4%

■ Táboa 34. Materiais utilizados en bolsas de caixa (toneladas)

	2021	2020	2019	2018	Variación 2020-2021 (%)	Variación 2018-2021 (%)
Materiais	2.710	2.254	2.799	3.418	20%	-21%
Plástico	2.668	2.222	2.764	3.418	20%	-22%
Bioplástico	112	146	61	5	-23%	-
Plástico reciclado	1.606	1.096	1.189	1.449	47%	11%
Plástico convencional	949	980	1.514	1.963	-3%	-52%
Papel/cartón	43	31,6	35,3	0,3	35%	-

■ Táboa 35. Embalaxes de envasado en tenda (bolsa, film e bandexas de frescos) (unidades)

	2021	2020	2019	2018	Variación 2020-2021 (%)	Variación 2018-2021 (%)
Embalaxes de envasado en tenda	276.322.233	315.102.298	650.629.032	673.579.321	-12%	-59%
Bandexas	19.059.435	23.280.070			-18%	
Bolsas	175.884.492	215.815.817			-19%	
Botellas	942.929	299.606			215%	
Papel de mostrador	36.145.468	50.071.000			-28%	
Sobres de mostrador	22.721.800	1.399.000			1.524%	
Outros	21.568.109	24.236.805			-11%	

■ Táboa 36. Envases de marca propia (unidades)

	2021	2020	Variación 2020-2021 (%)
Envases de marca propia de frescos e alimentación	573.111.349	629.992.279	-9%

■ Táboa 37. Materiais de embalaxes de envasado en tenda (bolsa, film e bandexas de frescos) (toneladas)

	2021	2020	2019	2018	Variación 2020-2021 (%)	Variación 2018-2021 (%)
Total materiais	3.863	2.733	2.637	2.773	41%	42%
Plástico	2.766	1.729	1.690	1.775	60%	56%
Bioplástico	1.786	223	10	0	702%	-
Plástico reciclado	303	364	353	132	-17%	129%
Plástico convencional	676	1.143	1.327	1.642	-41%	-59%
Papel/cartón	1.037	938	948	938	11%	10%
Papel/cartón reciclado	5	3	0	0	50%	-
Papel/cartón non reciclado	1.032	935	948	938	10%	10%
Outros materiais	61	66	64	59	-9%	3%

■ Táboa 38. Materiais de envases de marca propia (toneladas)

	2021	2020	Variación 2020-2021 (%)
Total materiais	29.245	32.020	-9%
Plástico	7.619	8.229	-7%
Bioplástico	22	20	12%
Plástico reciclado	1.137	1.256	-9%
Plástico convencional	6.460	6.952	-7%
Papel/cartón	9.648	10.383	-7%
Papel/cartón reciclado	5.030	5.469	-8%
Papel/cartón non reciclado	4.618	4.914	-6%
Metais	2.606	2.813	-7%
Vidro	9.187	10.376	-11%
Outros materiais	185	218	-15%

Táboa 39. Envases loxísticos reutilizados (unidades)
301-3

	2021	2020	2019	Variación 2020-2021 (%)
Envases loxísticos reutilizados	48.125.285	50.670.053	46.818.903	-5%
Palés reutilizados	4.797.190	5.085.707	5.400.714	-6%
Caixas plásticas reutilizadas	43.328.095	45.584.346	41.418.189	-5%

Táboa 40. Consumo enerxético dentro da organización (kWh)
302-1

	2021	2020	2019	Variación 2020-2021 (%)
Combustible non renovable	256.127.148	272.354.397	263.387.491	-6%
Gas natural calefacción	5.786.565	7.750.908	8.423.621	-25%
Hipermercados	2.993.861	4.762.304	4.848.191	-37%
Supermercados	194.056	179.969	200.912	8%
Plataformas	2.554.311	2.754.606	3.315.237	-7%
Outros	44.337	54.029	59.281	-18%
Combustible transporte mercancías	250.340.583	264.603.489	254.963.870	-5%
Gasoil compra en orixe	59.844.818	65.118.949	63.436.943	-8%
Gasoil Distribución a tenda	188.686.918	198.366.832	191.526.927	-5%
Gas natural comprimido distribución a tenda	250.340.583	1.117.707		62%
Electricidade	424.867.771	457.731.571	496.719.425	-7%
Hipermercados	54.593.736	68.770.985	87.772.575	-21%
Supermercados	304.865.413	318.098.107	335.861.055	-4%
Plataformas	43.997.197	50.105.461	49.532.640	-12%
Outros	21.411.425	20.757.018	23.553.155	3%
Total	680.994.918	730.085.968	760.106.916	-7%

Táboa 41. Consumo enerxético dentro da organización (GJ)
302-1

	2021	2020	2019	Variación 2020-2021 (%)
Combustible non renovable	922.058	980.476	948.195	-6%
Gas natural	20.832	27.903	30.325	-25%
Diésel	901.226	952.573	917.870	-6%
Electricidade	1.529.524	1.647.834	1.788.190	-7%
Total	2.451.582	2.628.309	2.736.385	-7%

Táboa 42. Distribución dos consumos enerxéticos por uso (porcentaxe)

	2021	2020	2019
Combustible non renovable	38%	37%	35%
Gas natural	2%	3%	3%
Hipermercados	52%	61%	58%
Supermercados	3%	2%	2%
Plataformas	44%	36%	39%
Outros	1%	1%	1%
Combustible transporte mercancías	98%	97%	97%
Gasoil compra en orixe	24%	24,6%	25%
Gasoil Distribución a tenda	75%	75,0%	75%
Gas natural comprimido distribución a tenda	1%	0,4%	0%
Electricidade	62%	63%	65%
Hipermercados	13%	15%	18%
Supermercados	72%	69%	68%
Plataformas	10%	11%	10%
Outros	5%	5%	5%

Táboa 43. Ratio de intensidade enerxética

Intensidade enerxética	2021	2020	2019	2018	Variación 2020-2021 (%)
kWh/m ² superficie comercial	572,6	614	617,3	634,3	-7%
kWh/€ vendas netas	0,15	0,15	0,17	0,18	0,01%

Táboa 44. Refrixerantes consumidos para compensar fugas (toneladas)
305-1

Consumo de refrixerantes	2021	2020	2019	Variación 2020-2021 (%)
Total	45,1	52,4	58,3	-5%
R-407A	0%	0,2%	0,2%	-100%
R-407F	2%	9%	13%	-79%
R-442A	31%	32%	31%	-2%
R-449A	1%	5%	9%	-82%
R-448	54%	42%	33%	29%
Otros	12%	12%	15%	4%

Táboa 45. Consumo de auga por fonte (m³)
303-1

	2021	2020	2019	Variación 2020-2021 (%)
Subministracións municipais de auga	1.088.540	1.118.748	1.028.495	-3%
Supermercados	74,5%	74%	73%	1%
Hipermercados	12%	15%	17%	-23%
Plataformas	7%	6%	6%	25%
Outros negocios	6%	5%	4%	27%

Táboa 46. Papel consumido en publicidade e na sede social de EROSKI (toneladas)
301-1

	2021	2020	2019	Variación 2020-2021 (%)
Total	4.636	3.919	5.242	16%
Folletos publicidade	3.864	3.265	4.559	18%
Revistas	408	391	388	4%
Sede	8	10	10	-14%
Tickets de compra ²	356	253	285	-2%

¹Todo o papel utilizado en publicidade conta coa certificación PEFC 70% (Programme for the Endorsement of Forest Certification schemes) que garante que provén de bosques xestionados sostiblemente. O papel das revistas CONSUMER EROSKI e EROSKI Club tamén conta coa certificación PEFC que garante unha xestión forestal responsable. Na sede utilizamos un papel con selo EU Ecolabel con menor gramaxe.

²Os datos de 2021 de papel para billetes inclúen por primeira vez datos de VEGALSA-EROSKI, que non estiveron dispoñibles en exercicios anteriores. A redución presentada fai referencia ao perímetro comparable de EROSKI, sen VEGALSA. A partir do próximo exercicio poderase visualizar a evolución.

Táboa 47. Residuos por tipo e método de tratamento (toneladas)
306-2

	2021	2020 ¹	2019 ¹	Variación 2020-2021 (%)
Total residuos xestionados	45.015	47.744	46.645	-6%
Residuos a reciclaxe u outros tratamentos de valorización	43.918	45.379	42.984	-3%
Residuos a eliminación	1.097	2.365	3.679	-53%
Total residuos non perigosos	44.966	47.718	46.627	-5%
Residuos non perigosos a reciclaxe ou valorización	43.883	45.375	42.966	-3%
Reciclaxe	30.333	32.146	38.019	-6%
Residuos inorgánicos	30.333	32.146	38.019	-6%
Papel e cartón	28.228	28.987	34.354	-3%
Plástico	108	117	3.050	-8%
Madeira	1.974	2.927	382	-33%
Outros	23	115	233	-80%
Outros tratamentos de valorización²	13.550	13.229	4.947	2%
Residuos orgánicos ³	6.786	5.382	4.947	41%
Carne	2.237	2.079	2.180	8%
Lácteos	105	83	88	26%
Pescado	2.637	2.353	2.376	12%
Vexetal	51	44	39	17%
Pan	294	255	264	15%
Outros	1.462	568		157%
Residuos inorgánicos	6.764	7.847		-14%
Papel e cartón	4.621	6.728		-31%
Plástico	219	277		-21%
Madeira	495	391		27%
Outros	1.429	451		217%
Residuos non perigosos a eliminación	1.083	2.343	3.679	-54%
Vertedoiro	991	1.889		-48%
Outros destinos	92	455		-80%
Total residuos perigosos	49	26	18	88%
Residuos perigosos a reciclaxe ou valorización	35	4	18	775%
Reciclaxe	20	2		929%
Outros tratamentos de valorización²	15	2		810%
Vertedoiro u outros destinos de eliminación	14	22		-36%
Vertedoiro	0	5		-100%
Outros destinos	14	0		-20%

*Consultar as notas ao pé desta táboa na páxina seguinte.

¹Os datos de residuos de 2020 por un cambio de criterio na clasificación dos tratamentos e tipos de residuos máis aliñado cos códigos LER e os estándares GRI, para facilitar a comparabilidade cos datos de 2021. Non se dispón do mesmo criterio para 2019, polo que os datos dese exercicio preséntanse co criterio antigo.

²A día de hoxe non é posible diferenciar a proporción dos residuos destinados a valorización enerxética incluídos en "Outros tratamentos de valorización" xa que se agrupan baixo os códigos de tratamento R12 e R13, os cales engloban todos os tratamentos de R1-R11.

³Residuos orgánicos destinados a fabricación de pensos e un pequeno % a compostaxe.

Táboa 48. Residuos recollidos de clientes e centros para a súa reciclaxe por tipo (toneladas)
306-2

	2021	2020	2019	Variación 2020-2021 (%)
Residuos non perigosos	1.096	654	791	68%
Téxtil	906	526	710	72%
Cápsulas de café	111	84	6	32%
Aceite usado	79	44	75	80%
Residuos perigosos	1.224	1.508	1.569	-19%
Aparatos eléctricos e electrónicos	1.126	1.404	1.479	-20%
Pilas e acumuladores de enerxía	85	91	75	-7%
Lámpadas e fluorescentes	13	13	15	-5%
Total	2.320	2.162	2.360	7%

Táboa 49. Aportacións económicas para acción social (euros)

	2021	2020	2019	2018
Acción Social*	12.433.358	12.419.918	10.250.560	8.500.199

* Non inclúe as achegas destinadas á formación e información ao consumidor. O total de achegas a fins sociais, que inclúe tamén ese concepto, está incluído na Táboa 4 do anexo.

Táboa 50. Alimentos e produtos de primeira necesidade doados a través do Programa Desperdicio Cero (toneladas)

	2021	2020	2019
Doazón de alimentos e produtos básicos*	5.600	4.648	6.366

*Aplicouse o mesmo criterio de conversión que en 2021 ao resto de exercicios para unha mellor comparabilidade. En 2020 houbo menos excedentes alimentarios debido á alta demanda consecuencia da COVID-19.

Verificación de información no financiera

AENOR
Confía



Declaración de Verificación de Información No Financiera

declaración de Verificación de AENOR para

EROSKI, S.COOP.

relativa al estado consolidado de información no financiera Estado de Información No Financiera 2021 EROSKI

conforme a la ley 11/2018
correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de enero 2022

En Madrid a 29 de abril de 2022



Rafael García Meiro
Consejero Delegado/CEO



1995/0227/VNOF-2022

AENOR INTERNACIONAL S.A.U. C/ GÉNOVA 6, 28004 MADRID
Página 1 de 5

AENOR
Confía

EROSKI S.COOP. (en adelante la organización) con domicilio social en: Barrio de San Agustín s/n, 48230, Borrio y en su nombre, D^a LEIRE MUGERZA GARATE, con DNI n^o 72.453.573-P, en cargo de Presidenta del Consejo Rector de EROSKI, S. Coop., ha encargado a AENOR llevar a cabo una verificación bajo un nivel de aseguramiento limitado de su Estado de Información No Financiera (en adelante EINF) conforme a la Ley 11/2018 por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad (en adelante, la Ley 11/2018).

Como resultado de la verificación efectuada AENOR emite la presente Declaración, de la cual forma parte el EINF verificado. La Declaración únicamente es válida para el propósito encargado y refleja sólo la situación en el momento en que se emite.

El objetivo de la verificación es facilitar a las partes interesadas un juicio profesional e independiente acerca de la información y datos contenidos en el EINF de la organización, elaborado de conformidad con la Ley 11/2018.

Responsabilidad de la organización. La organización tuvo la responsabilidad de reportar su estado de información no financiera conforme a la Ley 11/2018. La formulación y aprobación del EINF así como el contenido del mismo, es responsabilidad de su Órgano de Administración. Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINF esté libre de incorrección material, debida a fraude o error, así como los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF. La organización de acuerdo al compromiso formalmente adquirido, ha informado a AENOR que no se han producido, desde la fecha de cierre del ejercicio reportado en el informe no financiero hasta la fecha de la verificación, ningún acontecimiento que pudiera suponer la necesidad de realizar correcciones al informe.

Programa de verificación conforme a ISO/IEC 17029:2019. AENOR, de conformidad a la citada Ley, ha realizado la presente verificación como prestador independiente de servicios de verificación. La verificación se ha desarrollado bajo los principios de "enfoque basado en evidencias, presentación justa, imparcialidad, competencia técnica, confidencialidad, y responsabilidad" exigidos en la norma internacional ISO/IEC 17029:2019 "Evaluación de la conformidad - Principios generales y requisitos para los organismos de validación y verificación".

1995/0227/VNOF-2022

AENOR INTERNACIONAL S.A.U. C/ GÉNOVA 6, 28004 MADRID
Página 2 de 5

Igualmente, en el Programa de verificación, AENOR ha considerado los requisitos internacionales de acreditación, verificación o certificación correspondientes a las materias de información contempladas en la Ley:

- Reglamento Europeo EMAS (Verificación Medioambiental)
- SA 8000 (principios y derechos laborales internacionales conformes a la ILO (Organización Internacional del Trabajo), La Declaración Universal de los Derechos Humanos y la Convención sobre los Derechos del Niño. SAAS Procedure 200)
- Sistema de Gestión Medioambiental (ISO 14001).
- Sistema de Gestión de Responsabilidad Social, esquemas IQNet SR 10 y SA8000.
- Sistema de Gestión de la Calidad (ISO 9001).
- Sistema de Gestión de la Energía (ISO 50001).
- Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (ISO 45001).

Adicionalmente, los criterios e información que se han tenido en cuenta como referencia para realizar el Programa de verificación han sido:

- 1) La ley 11/2018 de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.
- 2) La Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 22 de octubre de 2014 por la que se modifica la Directiva 2013/34/UE en lo que respecta a la divulgación de información no financiera e información sobre diversidad por parte de determinadas grandes empresas y determinados grupos.
- 3) La Comunicación de la Comisión Europea 2017/C215/01, Directrices sobre la presentación de informes no financieros (metodología para la presentación de información no financiera).
- 4) La norma internacional ISO/IEC 17029:2019 Evaluación de la conformidad - Principios generales y requisitos para los organismos de validación y verificación.
- 5) Los criterios establecidos por la iniciativa mundial de presentación de informes de sostenibilidad en los estándares GRI cuando la organización haya optado por este marco internacional reconocido para la divulgación de la información relacionada con su desempeño en materia de responsabilidad social corporativa.

AENOR se exime expresamente de cualquier responsabilidad por decisiones, de inversión o de otro tipo, basadas en la presente Declaración.

Durante el proceso de verificación realizado, bajo un nivel de aseguramiento limitado, AENOR realizó entrevistas con el personal encargado de recopilar y preparar el EINF y revisó evidencias relativas a:

- Actividades, productos y servicios prestados por la organización.
- Consistencia y trazabilidad de la información aportada, incluyendo el proceso seguido de recopilación de la misma, muestreando información sobre la reportada.
- Cumplimiento y contenido del estado de información no financiero con el fin de asegurar la integridad, exactitud y veracidad en su contenido.
- Carta de manifestaciones del Órgano de Administración.

Las conclusiones por tanto se fundamentan en los resultados de ese proceso de carácter muestral, y no eximen a la Organización de su responsabilidad sobre el cumplimiento de la legislación que le sea de aplicación.

Entre las evidencias revisadas se encuentra la información relativa a la Taxonomía de actividades ambientalmente sostenibles elaborada según establece el Reglamento UE 2020/852 del Parlamento Europeo y del Consejo de 18 de junio, relativo al establecimiento de un marco para facilitar las inversiones sostenibles en cuanto a la obligación de divulgar información sobre la manera y la medida en que las actividades de la empresa obligada se asocian a actividades económicas que se consideren medioambientalmente sostenibles según los principios y objetivos ambientales establecidos en dicho Reglamento. Respondiendo a este nuevo requerimiento, los administradores de la organización han incorporado al Informe de Información No Financiera la información que, en su opinión, mejor permite dar cumplimiento a esta nueva obligación, y que se recogen en el apartado 8 del Estado de Información No Financiera adjunto.

El personal involucrado en el proceso de verificación, la revisión de conclusiones y la decisión en la emisión de la presente Declaración, dispone de los conocimientos, habilidades, experiencia, formación, infraestructuras de apoyo y la capacidad necesarios para llevar a cabo eficazmente dichas actividades.

