

Grupo EROSKI

Estado de Información Non Financeira 2022



Índice

Carta da CEO, Rosa Carabel	4
Carta do Consello Rector de EROSKI	7
Sobre EROSKI	10
 <i>Unha cooperativa que evoluciona</i>	10
 <i>O noso compromiso EROSKI</i>	12
 <i>Goberno Corporativo</i>	18
 <i>Xestión ética e responsable</i>	28
Modelo de negocio	40
 <i>Un modelo multiformato</i>	40
 <i>O noso modelo comercial 'contigo'</i>	45
 <i>Unha cadea de valor competitiva</i>	54
 <i>Participación en alianzas e asociacións</i>	69
Compromiso coas persoas traballadoras	72
 <i>Compromiso e cultura cooperativa</i>	72
 <i>Emprego de calidade</i>	74
Compromiso coa saúde	112
 <i>A saúde, no centro da nosa estratexia</i>	112
 <i>Seguridade alimentaria e calidade</i>	113
 <i>Cara a unha alimentación saudable e equilibrada</i>	117
 <i>Alimentación infantil: coidamos ás próximas xeracións</i>	125
Compromiso coa sustentabilidade ambiental	130
 <i>Xestión ambiental responsable</i>	130
 <i>Accións para impulsar a sustentabilidade ambiental</i>	146

Compromiso co contorno local	179
 <i>Apoiamos aos provedores locais</i>	179
 <i>Fomentamos a cultura, o ocio e o contorno local</i>	185
Compromiso coa sociedade	187
 <i>Contribuímos coa nosa acción social</i>	187
 <i>Programa de doazón Céntimos Solidarios</i>	189
 <i>Respondemos ante a emerxencia social</i>	191
 <i>Outras accións sociais</i>	194
Compromiso coa transparencia	197
 <i>Resultados económicos</i>	197
 <i>Taxonomía de finanzas sustentables</i>	198
 <i>Alcance e principios de elaboración do informe</i>	206
 <i>Grupos de interese</i>	209
 <i>Análise de materialidade</i>	211
 <i>Información adicional sobre o cálculo de indicadores</i>	220
 <i>Correspondencia con principais marcos de reporting</i>	225
Anexos	241
 <i>Táboas indicadoras. Comparacións con anos anteriores</i>	241
 <i>Verificación segundo a Lei 11/2018 de información non financeira e diversidade</i>	245
 <i>Verificación en referencia aos Estándares GRI</i>	246

Carta da CEO, Rosa Carabel

GRI 2-22

É cada vez máis común comezar a análise anual falando de incerteza. E non faltan razóns para facelo: primeiro, a crise sanitaria que derivou nunha crise económica e social; agora, unha guerra en Europa que, ademais da traxedia humana que implica, provocou un aumento significativo dos custos enerxéticos e das materias primas. Todo iso, xuntos con outros factores, provocou que as economías evolucionaran por detrás das estimacións iniciais e que os niveis de inflación alcanzasen unhas cifras que non se vían dende fai décadas. Se poñemos o foco nos custos dos alimentos, estaremos de acordo en que non recordabamos unha situación como a que estamos xestionando. A pesar de todo, quero resistirme a empregar este termo tan manido; para centrarme no que marcou a nosa xestión durante todo o ano e utilizar dúas palabras que resultan máis apropiadas para describir a forma na que nos enfrontarnos a esta situación tan complexa: responsabilidade e compromiso.

Todas as actuacións que desenvolvemos este ano tiveron por obxecto axudar, facilitar, mitigar e aliviar. Son termos que poderían empregarse indistintamente como sinónimos da responsabilidade e inquebrantable compromiso que temos co consumidor. Evidéncianse en todas e cada unha das decisións e actuacións que cada unha das persoas que conformamos este proxecto aplicamos ao longo de todo o exercicio. Na actualidade, as empresas do noso sector están sendo inxustamente cuestionadas, por iso dende EROSKI queremos deixar claro que sempre estivemos, estamos e estaremos ao lado do consumidor. Lamentablemente, a pesar dos nosos esforzos, non contamos coa capacidade para absorber a totalidade dos sobre custos que afrontamos. Que non caiba dúbida de que nos esforzamos ao máximo para aplicar todas as medidas posibles que poidan reducir o seu impacto.

Grazas á nosa firme convicción, logramos transferir aforro ás persoas consumidoras a través dunha actividade de promoción especialmente intensa e dunha vixilancia, seguimento e axuste fino do prezo dos nosos lineais. Para iso, tomamos dúas decisións clave. En primeiro lugar, reducir as nosas marxes comerciais co fin de non trasladar ao cliente a totalidade do incremento dos custos e, como consecuencia, impulsamos unha maior eficiencia en tódolos procesos internos, dende a loxística e a xestión de tendas ata as nosas plataformas e sedes centrais. Todos nos responsabilizamos para identificar oportunidades de aforro para construír un plan eficaz e sostible.

Estas dúas decisións deron como resultado un incremento da cesta da compra notablemente inferior á media do mercado.

As nosas alianzas

En setembro de 2022 cumpriuse o primeiro aniversario da alianza que nos une a EP Corporate Group en Cataluña e Baleares. Estamos realmente satisfeitos dos resultados obtidos que responden plenamente aos obxectivos de negocio que nos propuxemos para ambos perímetros.

Un dos principais pasaba por renovar a imaxe e o compromiso con Cataluña mediante o relanzamento da marca Caprabo baixo o lema 'Benviguda la vida'. A campaña foi o rostro visible dun plan estratéxico que impulsou a expansión da compañía que terá, ademais, a súa continuidade nos próximos anos. Por outro lado, perseguíamos reforzar e consolidar o noso compromiso con Baleares, onde somos un dos líderes consolidados, entre outras razóns, por combinar como ninguén unha ampla variedade de produtos locais a prezos moi competitivos. Outra das nosas alianzas estratéxicas é a que nos une á Familia González Iglesias en Vegalsa-EROSKI, cos que celebraremos 25 anos o próximo 2023.

A nosa diferenza

A promoción do produto local, a sostibilidade e a saúde seguiron sendo unha constante, a pesar da complexidade que estamos xestionando. Cremos firmemente que estas son as pancas que marcan a diferenza. En 2022 fortalecemos a nosa aposta por estes valores mediante a creación do primeiro marketplace dunha empresa de distribución en España para produtores locais, EROSKI Azoka, un espazo de encontro entre os nosos clientes e os pequenos produtores. Ademais, renovamos o noso acordo co Goberno Vasco para o desenvolvemento do sector agroalimentario e co sector transformador en Aragón para seguir sendo un actor clave na rexión.

O noso compromiso co produtor estendeuse a ferramentas como o programa de acompañamento mediante o cal estamos contribuíndo a que as pequenas empresas produtoras poidan deseñar a folia de ruta que contribúa a que os seus procesos sexan sostibles e os seus produtos de mellor calidade, en beneficio de todas as partes, en especial das persoas consumidoras.

Por outro lado, seguimos poñendo foco na alimentación dos nosos 'pequenos' a través do noso programa de formación en hábitos de alimentación saudable que un ano máis a chegado a centos de colexios e miles de alumnos.

Un ano máis a contribución social de EROSKI, unida ás xenerosas aportacións dos clientes ás distintas causas propostas ao longo destes doce meses é fundamental para entender o impacto da nosa organización. Foron 23 millóns aportados en solidariedade e acción social; apoio ás familias e colectivos con necesidades especiais; formación e información ao consumidor e cultura, ocio e contorna local. Sen esquecer a nosa mirada global de contribución á consecución dos Obxectivos de Desenvolvemento Sostible en virtude da adhesión de EROSKI ao Pacto Mundial.

As nosas decisións difíciles

O 2022 quedará na nosa memoria por ser o ano no que pechamos o acordo con o Grupo Iberostar traspasándolle o 100% do negocio de Viaxes EROSKI. Foi unha decisión difícil pero responsable e consistente co obxectivo de garantir o futuro do negocio e, por tanto, do futuro laboral das persoas. Estamos profundamente orgullosos do que Viaxes EROSKI supuxo para toda a sociedade. Naceu fai máis de catro décadas coa ambición de ofrecer un servizo de calidade nun momento de ebulición do turismo como industria. Hoxe ese proxecto terá a súa continuidade no seo dunha das empresas líderes do sector. Desde aquí, grazas a tódalas persoas que formades parte da nosa historia.

As persoas

Sen dúbida o noso principal activo son as persoas que conformamos este proxecto e este exercicio quixera destacar a capacidade de adaptación e a flexibilidade que demostraron ao longo dun ano complexo que requiriu dun esforzo extraordinario en todas e cada unha das áreas e tendas da organización. É necesario agradecer e recoñecer a profesionalidade e mestría coas que xestionamos esta situación de cambio permanente.

Persoalmente, foi un ano especial para min. É a primeira vez que escribo esta carta como líder dun proxecto empresarial que me enche de orgullo, que ten unha raíz e unha alma cooperativa que nos fai ser como somos e facer as cousas como as facemos. Queremos transmitir os nosos valores á sociedade: igualdade, sostibilidade, solidariedade e reparto equitativo de riqueza. Cremos que son valores aos que deberíamos aspirar como sociedade. Temos o claro propósito de contribuír ao desenvolvemento sostible e á súa transformación. Apostamos por ser un referente claro para as persoas consumidoras e queremos evolucionar ofrecendo respostas e aportando solucións ás necesidades que teña en cada etapa vital. Neste ano 2023 continuaremos estando ao lado dos consumidores. Contigo máis que nunca.

Rosa Carabel
CEO de EROSKI

Carta do Consello Rector de EROSKI

GRI 2-22

Se me pediran un titular para as seguintes liñas, grazas sería, probablemente, a palabra que de forma máis certeza puidera condensar o que van ler a continuación. Grazas aos equipos de persoas que formamos EROSKI polo esforzo, pola dedicación e pola paixón.

A contribución das persoas, como digo, foi esencial para entender a forma na que a nosa organización respondeu a un período claramente marcado por unha alta inflación, en especial, no que se refire aos produtos de alimentación. As mensaxes simplistas e demagóxicas fan que a opinión pública non poida distinguir entre as distintas actividades empresariais, porque non se consegue diferenciar entre sectores ou non se discriminan unhas empresas de outras. Sirvan estas palabras para reivindicar que non é o mesmo un modelo que outro. En ocasións téndese a baleirar de contido o sentido de EROSKI como asociación de consumidores, como cooperativa de consumidores e esta é unha diferenza clara no sector. Porque todo o que xera repártese entre os seus propietarios, que son as persoas socias de consumo e as socias de traballo, decidimos e abordamos a xestión do negocio pensando en ambos colectivos, porque participamos ambos na decisión. É unha realidade que busca un reparto equilibrado da riqueza que se xera como empresa de distribución, é un diferencial en como decidimos e como o aplicamos, e pódese apreciar con feitos a validez do discurso. É o que somos e o que serve de folia de ruta para entender por que actuamos desta forma.

Porque o consumidor é o noso centro, neste período fixemos un gran esforzo por non trasladar a totalidade dos sobre custos no prezo de venda ao público, reducindo a marxe de beneficio da empresa, aquela que pertence ás súas 9.500 persoas socias de traballo e á sociedade na que reinveste os seus resultados.

Transparencia na información

Unha das formas de evidenciar o noso compromiso cos consumidores e a sociedade son os 10 compromisos de saúde e sostibilidade, que enmarcan moitas actuacións definidas de forma conxunta con miles de consumidores e feitos explícitos e compartidos entre todas as persoas. A transparencia co consumidor, o noso socio, é un deles.

A mesma transparencia que aplicamos no traslado das mensaxes anteriores, existe á hora de ofrecer a nosa variedade nas tendas. A demanda de información

por parte dos consumidores na configuración da súa cesta da compra é un dos atributos máis distintivos dos novos tempos. A confianza en elementos tanxibles como o produto ou intanxibles como a marca gañaron en relevancia para o cliente á hora de definir os seus hábitos de compra. É un factor esencial para EROSKI. Proba diso foron os dous novos sistemas de etiquetado de introducimos en 2022. O primeiro, pioneiro na distribución alimentaria nacional, amósanos de forma sinxela e visual o impacto global dun determinado produto no medio ambiente. Unha iniciativa que irase enriquecendo coa opinión dos miles de consumidores aos que EROSKI preguntou.

A segunda etiqueta incide na aposta da organización por unha alimentación máis ética e sostible co benestar animal como vértice: un sistema de clasificación propio que axuda a identificar as características da crianza da carne de polo e, desta forma, facilitar o coñecemento e o fomento dun necesario espírito crítico que nos fai avanzar como sociedade.

Compromiso social

Se por algo destacou o 2022 é pola dureza que supuxo ser testemuñas do inicio dunha cruenta guerra que afectou ao corazón de Europa e a miles de persoas, incluídas familias enteiras, nenos e nenas. Non hai alivio posible para aqueles que o perderon todo, pero dende EROSKI quixemos contribuír ao traballo que sobre o terreo realizan organizacións como UNICEF para socorrer ás persoas afectadas. Unha vez máis os clientes e clientas foron decisivos na contribución de máis de 560.000 euros na campaña de emerxencia de axuda humanitaria. Non é a primeira vez e, desgraciadamente, non será a última, pero nós actuaremos sempre, porque a solidariedade non é unha acción puntual, é parte do que somos.

Cooperativismo. Non é a meta senón o camiño

Permitíde que dedique as últimas liñas desta carta a enxalzar o modelo empresarial que, sen moito lugar a dúbidas, situou a EROSKI na posición na que está. Un modelo xusto; democrático; que promove a igualdade e a diversidade; que xera e reparte a riqueza de forma equitativa. Un modelo no que cremos firmemente. O noso modelo. Ser cooperativa refórzanos nos valores que queremos trasladar á sociedade. Todo o que facemos, dende a nosa oferta comercial ata os nosos 10 Compromisos saudables e sostibles existen porque somos cooperativa. E isto, fainos máis fortes. Xuntos sumamos, para multiplicar aportámolo á sociedade, aos propietarios deste proxecto, que son os nosos socios e socias de traballo e de consumo. Porque queremos seguir avanzando para lograr que o proxecto cooperativo, con valores ligados á solidariedade e intercooperación, sexa o mellor lugar para as nosas socias e socios de traballo e

de consumo, polo que facemos e como o facemos. Xuntos somos máis. EROSKI contigo.

Leire Mugerza

Socia consumidora e Presidenta do Consello Reitor de EROSKI S. COOP.

1 Sobre EROSKI



Somos EROSKI

- **5.476 millóns de euros** de facturación.
- **4.828 millóns de euros** de ventas netas.
- **207 millóns de pasos** por caixa.
- **1.360.152 Socias e Socios Consumidores.**
- **9.500 Socias e Socios Traballadores.**
- **Rosa Carabel, nova CEO e Directora Xeral** do Grupo EROSKI.
- **10 Compromisos** pola Saúde e a Sostibilidade.

Unha cooperativa que evoluciona

Nosa historia comeza fai máis de 50 anos, cando sete pequenas cooperativas de consumo decidimos unírnos co fin de dispoñer de produtos de calidade a bo prezo e defender os dereitos das persoas consumidoras. Este propósito guiounos ao longo destas cinco décadas ata convertermos no que somos hoxe en día: o primeiro grupo de distribución polo miúdo de bens e servizos de gran consumo de carácter cooperativo en España, con gran presenza en Galicia, País Vasco, Navarra, Cataluña e Baleares. Actualmente contamos cunha rede comercial de máis de 1.656 establecementos, máis de 6,4 millóns de Socios Cliente e 27.308 traballadores.

Indicadores de actividade de EROSKI

Indicador de actividade	2022	2021	2020
Pasos por caixa (millóns)	207	200	195
Facturación (millóns de euros)	5.476	5.116	5.377
Ventas netas (millóns de euros)	4.828	4.541	4.807

Contamos cun modelo de empresa que está aliñado co noso obxectivo social e as características propias do noso negocio, primando a calidade e un servizo baseado na excelencia. Así mesmo, buscamos potenciar o produto local, a promoción da alimentación saudable a bo prezo, así como o desenvolvemento sostible das comunidades onde estamos presentes.

Con este ánimo, en 2021 iniciamos unha nova etapa a través do Plan estratéxico 2021- 2024, que prevé a incorporación de en torno a 2.000 novas persoas socias á cooperativa e a apertura de 300 novas tendas ao longo deste período. Crecemos para continuar a disposición das nosas socias e socios e, en xeral, de toda a sociedade, co obxectivo de responder ás súas necesidades sempre en evolución e de facilitar a adaptación a unha nova contorna máis volátil.

Composición do Grupo EROSKI

GRI 2-1; 2-2

A nosa sociedade matriz é EROSKI, S. Coop., unha cooperativa cuxo enfoque de actividade baséase nunha tripla vertente:

- Empresa de distribución
- Organización de consumidores
- Proxecto cooperativo

EROSKI, S. Coop. Estrutúrase en dúas comunidades societarias:

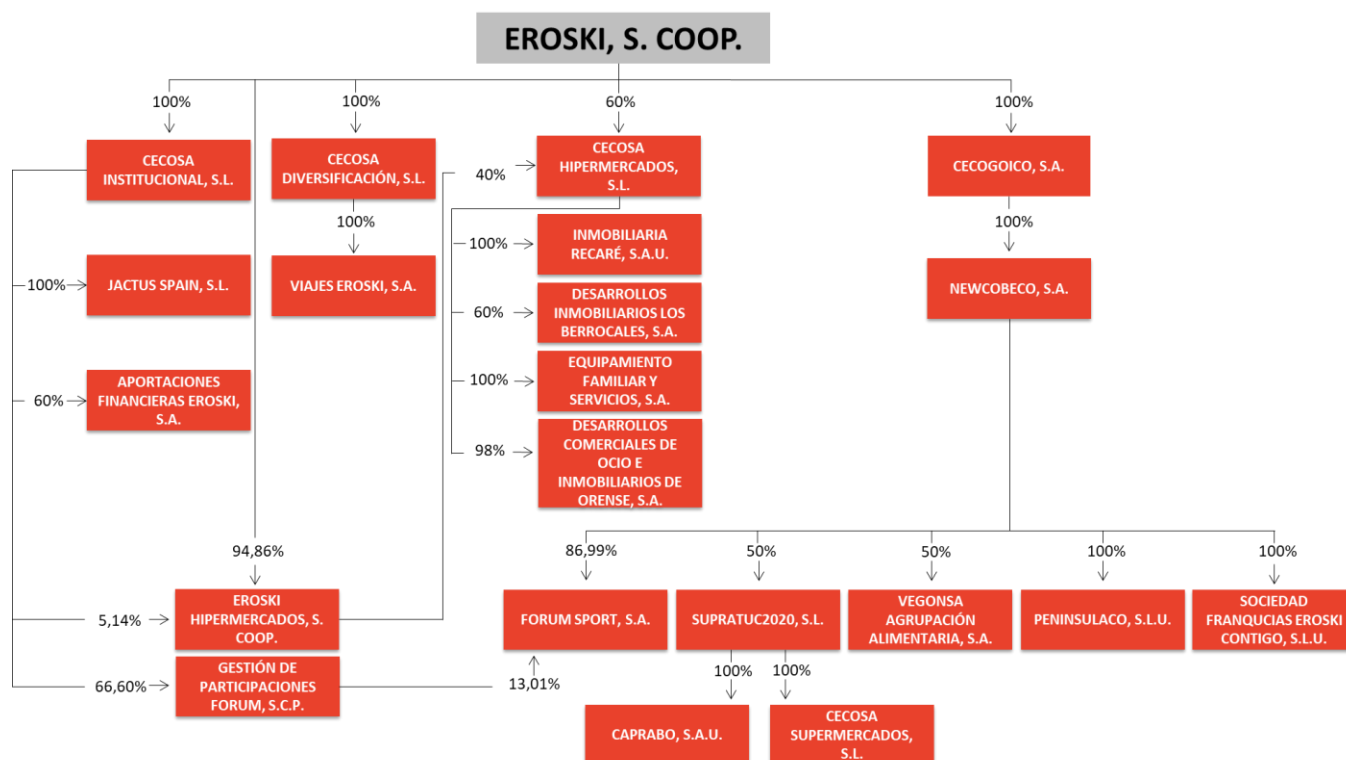
- 1.360.152 Socias e Socios Consumidores (49.792 novos respecto a 2021)
- 9.500 Socias e Socios de Traballo (1.268 novos respecto a 2021)

Ambas comunidades contribúen á consecución das nosas metas participando conxuntamente no goberno e a xestión da organización a través dos órganos sociais correspondentes.

O noso modelo de goberno e toma de decisións supón que a xestión da rede comercial realízase a través da cooperativa e das 21 sociedades dependentes

dela que conforman o Grupo EROSKI e que son as que consolidan nos estados financeiros.

Organigrama das 22 sociedades do Grupo EROSKI e porcentaxe de participación de EROSKI S. Coop. Nas mesas ao peche do exercicio.



O noso compromiso EROSKI

GRI 2-23

En EROSKI apoiámonos na responsabilidade e a honestidade á hora de dar resposta ás inquietudes e expectativas dos nosos grupos de interese.

Misión

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

- Integrar ao cliente, escoitalo e satisfacelo 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 das persoas consumidoras e co desenvolvemento sostible da sociedade.

Visión

Ser a tenda preferida polas persoas consumidoras para mercar.

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.

Comprometidos ante os novos retos

GRI 2-23; 2-24

A nosa identidade guíanos á hora de dar unha resposta comprometida cos grandes retos que afrontamos como sociedade. 2022 estivo marcado polas consecuencias socioeconómicas do conflito bélico en Ucraína, os problemas de dispoñibilidade das materias primas e unha contorna inflacionista. Este novo contexto impulsa tendencias como a diversificación e mellora da eficiencia e proximidade da cadea de valor ou o avance cara a modelos de economía circular. Por iso, o compromiso co desenvolvemento sostible está presente en todas as facetas do noso negocio, afrontando este reto dende a proactividade e a responsabilidade.

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 sostible:

- **Código de Conduta Responsable da UE para Prácticas de Marketing e Negocios Alimentarios.** En 2021 adherímonos a este Código, aprobado no marco da estratexia da Graxa á Mesa da Unión Europea. O Código responde aos esforzos da UE por aumentar a dispoñibilidade e a accesibilidade de opcións alimentarias saudables e sostibles.
- **Obxectivos de Desenvolvemento Sostible (ODS).** Aliñamos a nosa estratexia cos 17 obxectivos aprofados en 2015 por Nacións Unidas, co

propósito de traballar xunto co resto dos axentes económicos, sociais e medio ambientais para alcanzar as metas de desenvolvemento sostible.

- **Pacto Mundial.** EROSKI foi un dos membros fundadores do Pacto Mundial, unha iniciativa 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 na cadea de valor da empresa, normas laborais, medio ambiente e loita contra a corrupción.

10 Compromisos pola Saúde e a Sostibilidade

En coherencia coa nosa visión e compromiso coa comunidade, queremos distinguírnos por facilitar ás persoas consumidoras unha alimentación segura, saudable e sostible. Por iso, dende 2018 contamos cos 10 Compromisos de EROSKI pola Saúde e a Sostibilidade, a nosa folla de ruta para os próximos anos en cuxa elaboración participaron máis de 8.000 persoas e que nos axuda a atender, non só ás persoas consumidoras, senón tamén á sociedade en xeral. A esta iniciativa tamén se sumou CAPRABO en 2019.

Este decálogo parte dende o fundamental: o noso compromiso coa seguridade alimentaria en tódolos nosos produtos e tendas. A garantía do seu cumprimento permítenos continuar con obxectivos ambiciosos que buscan facilitar unha alimentación saudable e equilibrada, con especial atención ás necesidades dos colectivos con necesidades especiais, como o público infantil ou persoas con enfermidades ou intolerancias alimentarias. Ademais, traballamos para asegurar a sostibilidade dos nosos servizos e produtos, dende as súas tres dimensións: a ambiental, a social e a económica. É destacable a énfase que incluimos nas metas relacionadas co desenvolvemento da nosa contorna. E todo iso garantindo a accesibilidade dunha alimentación de calidade a un prezo adecuado que non supoña unha barreira, para que todas as persoas consumidoras teñan acceso á nosa proposta. E facémolo de maneira clara e transparente nas nosas etiquetas e comunicacións, escoitando á nosa clientela e a outros grupos de interese, reforzando a formación dos nosos equipos para que sexan prescritores da nosa proposta diferencial e para que, de igual maneira que as persoas consumidoras ás que tamén formamos e informamos, adquiran hábitos máis saudables e sostibles no seu día a día dende unha elección consciente.

Avances nos nosos 10 Compromisos de EROSKI pola Saúde e a Sostibilidade

Compromisos pola Saúde e a Sostibilidade	Principais avances	ODS	Aspiracións Código de Conduta UE
1. Implicámonos coa seguridade alimentaria. Estamos comprometidos coa seguridade alimentaria, a través dun plan de calidade preventivo, o control da trazabilidade dos produtos e o mantemento da cadea de frío dos frescos.	33.375 controles analíticos de produtos e servizos. 347 auditorías a empresas proveedoras. 963 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 necesarios e convenientes 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.	70% dos produtos de marca propia con Nutri-Score A, B ou C. 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.	159.442 escolares e as súas familias, formados en 2022 a través do noso Programa Educativo en Alimentación e Hábitos Saudables (PEAHS).	 	1. Dietas saudables 6. Cooperación

Compromisos pola Saúde e a Sostibilidade	Principais avances	ODS	Aspiracións Código de Conduta UE
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 online.	■ 2.300 produtos sen glute nas nosas tendas, 558 das nosas marcas. ■ Máis de 2.600 socios e socias de cinco Asociacións de Celíacos beneficiáronse dun 20% de desconto en 200 produtos específicos sen glute. ■ Nova gama EROSKI VEGGIE para vexetarianos e veganos.	 	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 sostible, así como a redución de aditivos artificiais e o benestar animal.	■ Redución do 5% en emisións netas de CO₂ en 2022 respecto ao ano anterior (-42% dende 2017). ■ 188 envases e embalaxes ecodiseñados en 2022. ■ Máis de 14 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 Sostibilidade	Principais avances	ODS	Aspiracións Código de Conduta 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 arraigo e tradición.	■ 21.079 produtos locais ofrecidos en colaboración con pequenos produtores locais. ■ 23 millóns de euros dedicados a fins sociais xunto cos nosos grupos de interese. ■ Programa Céntimos Solidarios con 1,7 millóns de euros doados.	   	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 Cliente.	■ Máis de 370 millóns de euros de aforro transferidos aos nosos clientes a través de ofertas, promocións e outras campañas.	   	1. Dietas saudables
8. Actuamos dende a escoita, con claridade e transparencia. Actuamos de forma clara e transparente, contando sempre coa participación das persoas Socias, traballadoras e clientes, así como outros grupos de interese. Ademais, buscamos a máxima claridade e transparencia na información que ofrecen os nosos envases.	■ Pioneiros en incorporar etiquetado ambiental nunha decena de produtos de marca propia. ■ 100% dos produtos de marca propia co etiquetado nutricional avanzado Nutri-Score na tenda, 1.883 no propio envase. ■ Plan Solidariedade 2023 elixido coa escoita a 3.773 persoas e 330 entidades sociais.		1. Dietas saudables 6. Cooperación

Compromisos pola Saúde e a Sostibilidade	Principais avances	ODS	Aspiracións Código de Conduta UE
9. Coidámonos como Traballadores. Promovemos a formación en materia de saúde, benestar e consumo responsable co obxectivo de mellorar a calidade de vida das nosas persoas traballadoras, ofrecendo formación, asesoramento, actividades, programas e ferramentas para o noso persoal e as súas familias.	404 persoas traballadoras de EROSKI participaron nas horas de formación sobre alimentación equilibrada e a saúde. 242.445 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 sostibilidade a través de canles como a revista Consumer EROSKI e www.consumer.es. Ademais, dispoñemos do noso programa de asesoramento personalizado para Socios e Socias do Club EROSKI	38 millóns de visitas en www.consumer.es. - Máis de 65.000 Socios Cliente participaron activamente en retos relacionados cunha Alimentación saudable. - Máis de 32.500 Socios Cliente recibiron os informes mensuais de Ekilibria.	   	1. Dietas saudables 6. Cooperación

Goberno Corporativo

GRI 2-9; 2-10; 2-13; 2-20

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

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

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, onde tamén se inclúe información a detalle da estrutura de goberno:

<https://corporativo.eroski.es/quienes-somos/gobierno-corporativo/>

En 2022 renovouse o Consello Reitor, órgano que o 7 de marzo de 2022 aprobou a nova estrutura organizativa no primeiro executivo e no Consello de Dirección.

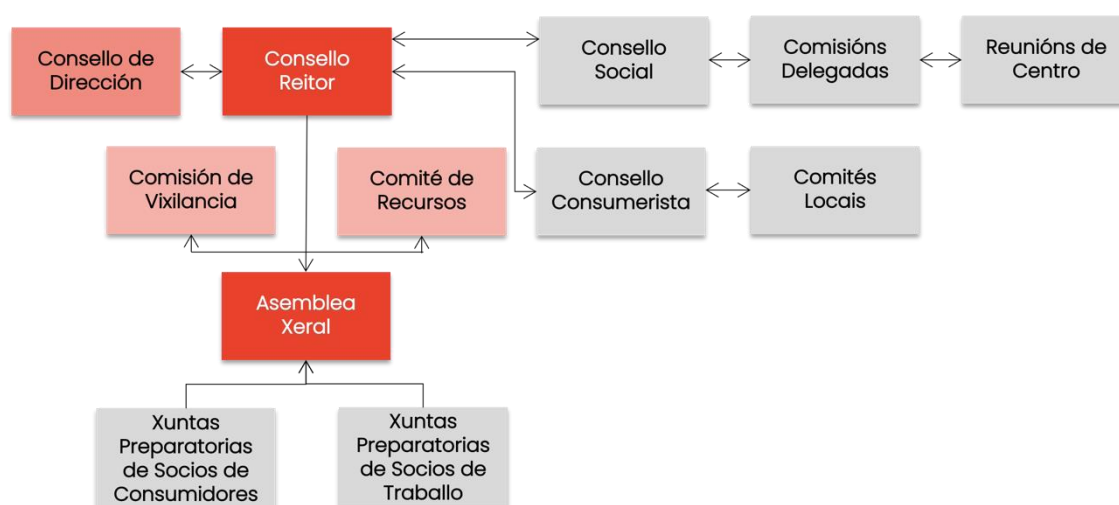
Estrutura de goberno

GRI 2-2; 2-9; 2-10 1; 2-11; 2-12; 2-13; 2-14; 2-15; 2-16; 2-17; 2-18; 2-20; 2-25

A aprobación e toma de decisións estratéxicas en materia de sostibilidade corresponde ao Consello Reitor, con base nas políticas xerais fixadas pola Asemblea Xeral, e delegando as funcións oportunas no Consello de Dirección. As comisións constituídas como órganos colexiados no seu seo son:

- 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.
- Comisión de Nomeamentos e Retribucións, que se encarga da supervisión e seguimento da selección e avaliación dos membros do Consello Reitor e da alta dirección da sociedade, así como da aplicación dunha política de remuneración adecuada, o conflito de interese e as cuestións de diversidade de xénero.
- Comisión Executiva.

Estrutura de goberno en EROSKI, S. Coop.



Consello de Dirección

Órgano que asesora á Dirección Xeral da Cooperativa.

Composición

- Para facer fronte aos novos retos e necesidades do Grupo, en 2022 aprobouse a nova composición do Consello de Dirección que entrou en vigor en maio. Dende o 1 de febreiro de 2021 Rosa Carabel lidera a Dirección Xeral do Grupo EROSKI.

Funcionamento

- Reúnese mensualmente co Consello Reitor.

Competencias

- Redacción de plans estratéxicos e de xestión.
- Aprobación e desenvolvemento dos plans de execución.
- Seguimento e control de actuacións de colaboradores.
- Negociación de alianzas.
- Inculcación da cultura cooperativa na organización.

Membros

- Rosa Carabel. Directora Xeral
- Javier España. Director Desenvolvemento
- Javier Amezaga. Director Corporativo
- Iñigo Eizaguirre. Director Social
- Iñigo Arias. Director de Hipermercados e Online
- Alberto Madariaga. Director Supermercados e Procesos
- Eva Ugarte. Directora Marketing Estratéxico e Cliente
- Beatriz Santos. Directora Comercial
- Enrique Monzonis. Director Innovación, TICS e Loxística
- Josu Mugarra. Director Económico-Financeiro



Consello Reitor

Órgano que goberna, xestiona e representa á cooperativa.

Composición

- 12 membros escollidos pola Asemblea Xeral:
- 6 Socias/os Consumidores.
- 6 Socias/os Traballadores.

Membros

- Leire Mugerza. Socia Consumidora. Presidenta
- M^a Asunción Bastida. Socia Traballadora. Vicepresidenta
- Sonia Ortubai. Socia Consumidora (independente). Secretaria

Vocais

- Oskar Goitia. Socio Consumidor (independente)
- María Victoria Fernández. Socia Traballadora
- Javier Pascual. Socio Traballador
- Antton Tomasena. Socio Consumidor (independente)
- M^a Carmen Iñurria. Socia Consumidora (independente)
- Ana Isabel Zariquiegui. Socia Traballadora
- Eduardo Herce. Socio Consumidor (independente)
- Carmelo Lecue. Socio Traballador
- Zulima Valdivielso. Socia Traballadora



Funcionamento

- Bianualmente renova o 50% dos seus membros.
- Ningún dos membros actuais do Consello Reitor ten responsabilidades executivas de alta dirección.
- Delega determinadas facultades no Consello de Dirección, co que se reúne mensualmente para tratar os distintos temas económicos, ambientais e sociais da organización.

Competencias

- Presidencia da Asemblea Xeral.
- Visión, misión, valores e xestión ética da empresa.
- Toma de decisións respecto da estratexia da cooperativa e as actuacións da Dirección relacionadas con negocio e con tódolos temas ambientais, sociais e económicos.
- Nomeamento de directores xerais.
- Fixación do Regulamento de Réxime Interno.
- Aprobación de principais contratos e inversións.
- Xestión de riscos e controis internos dos mesmos.

- A rendición de contas pola súa xestión á Asemblea Xeral.
- Adopción de políticas de responsabilidade social corporativa.

O Consello Reitor recibe e comparte información coas persoas Socias de traballo e de consumo a través dos seguintes órganos:

- **Consello Social.** Órgano consultivo do Consello Reitor no referente a persoas traballadoras composto por 16 Socias/os Traballadores. Este á súa vez recibe e comparte información con:
 - **Comisións Delegadas.** Órgano representativo das persoas Socias traballadoras que asesora e informa ao Consello Social e ás persoas Socias dos centros. Están organizadas por rexións. Cada delegado ten mensualmente:
 - **Reunións de Centro.** Reunións mensuais nas que cada delegado informa ás persoas Socias traballadoras da información societaria relevante e recolle a súa opinión sobre cuestións clave, así como dúbidas ou suxestións que puideran ter.
- **Consello Consumerista.** Órgano consultivo do Consello Reitor no referido a persoas consumidoras. Recibe e comparte aportacións con:
 - **Comités Locais.** Órgano representativo dos Socias/os Consumidores que asesora e informa ao Consello Consello Consumerista.

O coñecemento do Consello Reitor sobre as preocupacións máis relevantes da organización lévase a cabo, de maneira proactiva, polo propio órgano mediante o seguimento da marcha dos distintos negocios, da organización e do mercado, así como pola intervención nas sesións do Consello Reitor dos diferentes directivos da empresa. Esta actividade complementase cos informes periódicos e os procedementos de información previa que corresponden a cada Comisión ou Comité respecto das materias da súa especialidade, que son obxecto de análise e propostas específicas.

Contamos cun programa de formación e actualización de contidos para os membros do Consello Reitor co obxectivo de mellorar o seu coñecemento sobre asuntos económicos, ambientais e sociais. En 2022 realizáronse dúas accións formativas, unha relativa a asuntos económico-financeiros e outra relativa a un novo modelo de xestión de empresa. Así mesmo, posto que renovou a composición do Consello, levouse a cabo unha xornada formativa para novos reitores na que se trataron asuntos sociais, corporativos, de negocio e de Goberno Corporativo.

Tamén se realizan auto avaliacións do desempeño do Consello Reitor e das súas Comisións, así como de determinados cargos. Este sistema de auto avaliación consiste en cuestionarios individuais que inclúen preguntas cualitativas que permiten obter información completa e propostas de mellora específicas. A Comisión de Nomeamentos e Retribucións analiza os resultados dos cuestionarios de auto avaliación e presenta os novos plans de acción que o Consello Reitor aproba e que se poñen en marcha co fin de mellorar o funcionamento do desempeño do consello e comisións e o tratamento dos seus asuntos. No exercicio 2022 levouse a cabo a auto avaliación correspondente ao exercicio 2021 e realizouse un seguimento da avaliación dos plans de acción a finais de exercicio.

Comisión de Vixilancia

Órgano con responsabilidades fiscalizadoras respecto aos informes financeiros, procesos electorais e outras funcións dos órganos sociais.

Composición

- 3 Socias/os escollidos pola Asemblea Xeral.

Funcionamento

- Renova o 100% dos seus membros bianualmente.
- Reúnese 5 veces ó ano cando hai Comité de Auditoría e asiste á Asemblea Xeral.

Competencias

- Control se seguimento dos procesos electorais.
- Outras funcións que lle outorgan os Estatutos Sociais, como a supervisión dos estados financeiros da sociedade, instar ao Consello Reitor a convocatoria da Asemblea Xeral ordinaria se transcorrido o prazo legal non tivo lugar a mesma, solicitar a celebración de Asemblea Xeral Extraordinaria, propoñer asuntos a incluír na orde do día da Asemblea Xeral, ou exercitar as accións de impugnación da Asemblea Xeral cando sexan contrarios á lei ou se opoñan aos Estatutos.
- Asiste como invitada ao Comité de Auditoría e Cumprimento, que asume as funcións de auditorías e goberno corporativo.
-

Comité de Recursos

Órgano que resolve sobre os recursos presentados polos Socias/os contra as decisións adoptadas polo Consello Reitor e en todos aqueles casos previstos nos Estatutos.

Composición

- 5 Socias/os escollidos pola Asemblea Xeral. Tres de eles Socias/os Traballadores e dous Socias/os Consumidores.

Funcionamento

- Reúnese unicamente cando se recibe un recurso interposto ante o Comité.

Competencias

- Resolver os recursos presentados.

Asemblea Xeral

Órgano supremo de expresión da vontade societaria.

Composición

- Constituído por 500 delegados/as de forma paritaria:
 - 250 delegados/as representantes das Socias/os Consumidores.
 - 250 delegados/as representantes das Socias/os Traballadores.
- Así mesmo, compoñen o corpo electoral, ademais dos Delegados/as, o Consello Reitor, Comisión de Vixilancia e Comité de Recursos. Tamén asisten con voz pero sen voto a Dirección Xeral e a Presidencia do Consello Social.

Funcionamento

- A elección dos seus membros é ratificada nas correspondentes Xuntas Preparatorias de Consumo e de Traballo. O seu mandato dura 3 anos.
- Reúnese anualmente en convocatoria ordinaria.
- En 2020 renovou a metade dos seus membros.

Competencias

- Aprobación de contas.
- Presentación e distribución de resultados.
- Establecemento das políticas xerais da cooperativa e a modificación, cando procede, dos Estatutos Sociais.
- Elección dos compoñentes do Consello Reitor.

Antes da Asemblea Xeral, teñen lugar as:

- **Xuntas Preparatorias Socias/os de Traballo.** Reunións anuais informativas das persoas traballadoras propietarias para facerlles partícipes dos temas que se tratan na Asemblea Xeral e a ratificación de delegados/as.

- **Xuntas Preparatorias Socias/os de Consumo.** Reunións anuais informativas das persoas consumidoras propietarias para facerlles partícipes dos temas que se tratan na Asemblea Xeral e a ratificación de delegados/as.

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 nalgúñas cuestións. Forma parte do Grupo EROSKI dende 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 Autoservicios FAMILIA, Hipermercados EROSKI e as franquías EROSKI / City, Aliprox e ONDA.

VEGALSA-EROSKI implementa o modelo de bo goberno de Grupo EROSKI, que compaxina con responsabilidades e competencias propias, consensuadas 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

- 4 membros:
 - Javier Amezaga. Presidente.
 - Rosa Carabel. Vocal.
 - José Alonso. Vocal.
 - Vegonsa 1939, S.L. (representada por Jorge González). Vocal.

Funcionamento

- Reúnese anualmente en sesión ordinaria.

Competencias

- Autorización de decisións relativas a aperturas, peches e traslados de establecementos comerciais.
- Autorización de inversións e contratacións 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

- 14 membros. Existe ademais un Comité de Dirección Ampliado, con 17 membros.
- Joaquín González ocupa a Dirección Xeral de VEGALSA.

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 cooperativa 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 (inversión de capital) consiste nunha ampla carteira de inversións diversificadas cun valor empresarial de aproximadamente 40 mil millóns 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, consensuadas 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. Vocal.
 - Marco Arcelli. Secretario
 - Roman Silha. Vocal.

Funcionamento

- Reúnese anualmente en sesión ordinaria.

Competencias

- Autorización de decisións relativas a aperturas, peches e traslados de establecementos comerciais.
- Autorización de inversións e contratacións 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. En canto ao Código de Conduta, SUPRATUC2020 acóllese ao mesmo código que rexe ao Grupo EROSKI.

Xestión ética e responsable

GRI 2-23; 2-24; 2-27; 3-3; 4I2-3

A xestión ética e responsable das nosas actividades é unha prioridade para a organización. Por iso, contamos cun marco normativo e de cumprimento que establece mecanismos de dilixencia debida necesarios para garantir que todas as nosas actuacións se realizan con apego á Lei e con respecto aos principios éticos e de responsabilidade social.

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

Marco de actuación responsable e mecanismos de xestión

Sendo fieis ao noso compromiso de xestión baseado na ética e aliñados coa nosa cultura corporativa, contamos cun marco de cumprimento de referencia para todas as persoas que

En primeiro lugar, contamos cun [Código de Conducta](#), aprobado en 2011 e revisado e aprobado novamente en setembro de 2022, que se erixe como unha declaración dos nosos principios e establece regras concretas que buscan que

as actividades e as relacións de EROSKI se leven a cabo dunha forma honesta e ética. Este instrumento pon de manifesto o principio de dilixencia debida para previr, detectar e erradicar calquera conducta irregular.

O noso compromiso esténdese ao respecto dos dereitos humanos en todas as nosas actividades, baseándonos nas normativas, medidas e boas prácticas internacionais, nas nosas propias políticas que promoven as liberdades públicas e no estrito cumprimento do marco legal vixente.

Deste modo, en EROSKI tomamos como referencia a Carta Internacional dos Dereitos Humanos e os convenios fundamentais da Organización Internacional do Traballo (OIT) con relación ás prácticas laborais, non admitindo as contrarias aos principios recollidos en ditos convenios. Este compromiso esténdese aos nosos provedores e, en xeral, ás nosas empresas colaboradoras.

Mecanismos de xestión

GRI 2-23; 2-29

Cremos que unha organización transparente e íntegra é a maior garantía á hora de xerar confianza nos seus grupos de interese. Consciente de iso, contamos con mecanismos que nos permiten previr e xestionar accións que non correspondan cos nosos principios éticos e normativos.

Desta forma, dispoñemos dos recursos necesarios para, por un lado, previr o desenvolvemento de actividades que non estean aliñadas cos nosos principios e, por outro, asegurar que as nosas accións se desenvolvan dentro da máis estrita legalidade e que non estean suxeitas a posibles conflitos de interese. Dende o punto de vista sancionador, guiámonos polo Regulamento de Réxime Interno de EROSKI, S. Coop., que aplica a todo o Grupo.

Comunicamos o noso Código de Conduta tanto ás nosas persoas traballadoras, socias e empresas proveedoras, co obxectivo de que haxa un entendemento común dos límites dentro da organización e das normas para interactuar entre tódalas persoas que forman parte de EROSKI ou se relacionan con nós.

Así mesmo, dispoñemos dunha Canle de Denuncia, un mecanismo fundamental á hora de canalizar posibles irregularidades e comportamentos contrarios aos nosos principios éticos ou que non estean dentro do marco de cumprimento normativo. Para regular a nosa Canle de Denuncia contamos cun regulamento que foi aprobado en 2011 e que foi revisado e aprobado de novo en marzo de 2018.

En 2022 modificamos o acceso ás denuncias a través dun formulario dispoñible nas plataformas da intranet (Nexo e Prisma) para todas as persoas que traballan no Grupo EROSKI. Con estas, garántese a confidencialidade conforme á Directiva *whistleblowing* de protección do denunciante.

Loita contra a corrupción e conflitos de interese

GRI 205-1; 205-2; 205-3

O noso compromiso coa loita contra a corrupción e o branqueo de capitais, definimos a Política de Compliance e a Política Anticorrupción, aprobada en decembro de 2018 polo Consello de Dirección e o Comité de Auditoría e Cumprimento e ratificada polo Consello Reitor, baseada na tolerancia cero cara a toda forma de corrupción e o fomento da integridade e a transparencia.

Tal e como se recolle no apartado de 'Xestión de riscos' deste informe, analizáronse todas as operacións do Grupo EROSKI ao elaborar o Plan de Riscos Penais, excepto as de VEGALSA-EROSKI, que teñen o seu propio. Os riscos de corrupción identificados nesa análise 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 está 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.

En 2022 non se identificou ningún caso de corrupción no cadro de persoal, nin se recibiu denuncia algunha ao respecto na oficina de cumprimento. Tampouco se recibiron denuncias en materia de dereitos humanos.

No ámbito da prevención do branqueo de capitais e actividade terrorista, en 2022 desenvolvéronse as seguintes accións:

- Aprobación da segunda versión do Manual de Prevención de Branqueo de Capitais.
- Aprobación do protocolo de prevención de branqueo de capitais na Fundación Erlan Fundazioa.
- Reavaliación dos riscos de branqueo de capitais, como paso previo á elaboración da terceira versión do Manual de Prevención.
- Análise do obxecto real das empresas do grupo - sociedade a sociedade - para determinar cales son suxeito obrigado a tenor do 2.1 da Lei 10/2010.
- Formación xeral sobre prevención de branqueo de capitais.

- Adaptación da canle ética á nova lexislación europea.
- Desenvolvemento da Memoria Anual de 2022, que se debe aprobar en 2023.
- Mantemento das auditorías no negocio de franquía.

En relación coas auditorías ás empresas de franquía, na primeira fase realizada con 16 delas non detectamos incidencias de relevancia, aínda que se trasladaron algunhas recomendacións de mellora ao negocio. Temos en curso outras dúas fases de auditoría, con 15 e 14 franquiciados respectivamente, que continuarán en 2023.

Comunicación y formación sobre Compliance

En marzo de 2018 comunicouse a tódolos traballadores, excepto de VEGALSA-EROSKI, a aprobación de Plan de Prevención de Riscos Penais e o Plan de Compliance, creación do Órgano de Control Interno e oficina de cumprimento, existencia da Canle de Denuncia do Código de Conducta. A comunicación a traballadores de VEGALSA-EROSKI do seu propio plan fíxose en maio de 2019, polo que o 100% dos traballadores e órganos de goberno do Grupo recibiron xa unha comunicación ao respecto.

Así mesmo, nos contratos cos provedores inclúese unha cláusula que informa tamén sobre estes aspectos, que xunto ao Código de Conducta Corporativo están dispoñibles na web www.eroski.es accesibles a calquera persoa.

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, a sede de Viaxes EROSKI e catro tendas de VEGALSA-EROSKI). Dita formación estase realizando progresivamente dende o seu lanzamento.

Realízase formación ás persoas de nova incorporación en tendas e plataformas e parte da estrutura central. En 2023 alcanzarase a formación no 100% das novas incorporacións coa definición do Manual de Acolida para as sedes. En calquera caso, a información relevante relativa a compliance está dispoñible e accesible para todos na intranet da empresa (Prisma).

En 2022 comunicouse e formouse nas políticas e procedementos anticorrupción a 3.195 persoas traballadoras e 162 membros órganos de goberno.

Xestión de riscos

GRI 2-12; 2-27; 2-23; 2-24; 2-25; 3-3

Para poder alcanzar os nosos obxectivos estratéxicos, a xestión dos riscos é de vital importancia porque nos permite identificar os factores internos e externos que poden incidir no negocio e así lograr a efectiva e oportuna toma de decisións e o desenvolvemento de plans de acción para minimizar os impactos adversos.

No Grupo EROSKI contamos cunha metodoloxía para xestionar os riscos de acordo co informe COSO, publicado polo Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, que busca identificar, avaliar e preparar á organización ante calquera risco que poida impactarnos tanto negativa como positivamente.

Nesta liña, desenvolvemos un marco de cumprimento normativo, conformado por códigos, políticas e demais procedementos, co propósito de definir as directrices con miras a reducir os riscos relevantes e mitigar os seus posibles impactos.

Dispoñemos dunha estrutura organización para atender os posibles riscos dependendo da súa natureza. Así, o Comité de Auditoría e Cumprimento encárgase da identificación, avaliación e xestión dos impactos dos riscos de carácter económico, ambiental e social, mentres que o Comité de Cumprimento Normativo (CCN) céntrase nos riscos de carácter penal. O CCN substituíu ao antigo Órgano de Control Interno (OCI) a partir de xullo de 2021 e dende entón ocúpase dos asuntos relacionados co Branqueo de capitais, protección de datos, acoso e igualdade e canle de denuncias, ademais das súas competencias sobre garantía do cumprimento penal.

O CCN, dependente do Comité de Auditoría e Cumprimento, encárgase, así mesmo, da observancia das obrigas no ámbito de *compliance* penal; é dicir, é responsable de velar pola implantación, aplicación e seguimento das medidas de prevención e control de riscos penais. Adicionalmente, este comité xestiona a implantación do Plan de Prevención de Riscos Penais, por medio da Oficina de Cumprimento.

Dito Plan puntualiza os delitos que poderían ser cometidos con maior probabilidade como consecuencia das actividades de EROSKI. Así mesmo, define as medidas para previr, monitorar e as accións a seguir para cada un dos riscos potenciais identificados. Este Plan abarca a todo o Grupo EROSKI, con excepción de VEGALSA-EROSKI que conta co seu propio sistema de xestión de riscos.

Dispoñemos dun Manual de Prevención de Riscos Penais, aprobado en outubro de 2017 e que se revisa e actualiza anualmente, que inclúe:

- Detalle das situacións de risco que eventualmente poida ter que afrontar o Grupo.
- Establecemento de protocolos de actuación ante operacións que poidan supor un potencial risco delituoso.
- Formulación das recomendacións necesarias para o deseño dunha política eficaz de prevención de delitos, que inclúa 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.

En 2022 incluímos no Plan os novos delitos incorporados ao Código Penal. A aprobación da Lei Orgánica 10/2022, de 6 de decembro, de garantía da liberdade sexual presenta posibles riscos penais para as persoas xurídicas, polo que a incorporamos dentro do perímetro de condutas de riscos que poidan afectar a EROSKI. Concretamente:

- A nova lexislación reforma o artigo 173.1 do Código Penal que indica que os delitos contra a integridade moral poidan ser atribuíbles á persoa xurídica.
- A nova redacción do artigo 184 do Código Penal amplía á persoa xurídica o delito de agresión sexual nos casos establecidos nese artigo.

Así mesmo, analizamos a incorporación dunha nova conducta delituosa no marco do delito contra a intimidade do artigo 197 do Código Penal, coa conclusión de que non existe un risco real de que se dea a atribución de responsabilidade á persoa xurídica.

Pola súa parte, o Comité de Auditoría e Cumprimento é responsable de garantir a eficacia do sistema de xestión de riscos, ao monitorizar constantemente as posibles debilidades do sistema e velar pola efectividade das políticas de riscos. Este órgano é, ademais, responsable de elaborar e revisar o mapa de riscos.

O Consello Reitor é o máximo órgano responsable da xestión de riscos e ten entre as súas funcións a de analizar profundamente cada ano os riscos corporativos en xeral e a de velar polo cumprimento das normas internas referidas á xestión de calquera dos riscos que poidan afectar á organización.

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.).

En 2022 iniciamos a avaliación dos riscos asociados ao cambio climático, xerados pola exposición da nosa actividade, incluíndo os riscos da transición cara a unha economía baixa en carbono. Esta análise responde ás esixencias da Lei 7/2021, de 20 de maio, de cambio climático e transición enerxética, e incluíuse en parte no apartado 'Medio Ambiente' deste informe (páx. 133).

O mapa de riscos de EROSKI é confidencial. Non obstante, 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.

Riscos do sector e mecanismos de EROSKI para a súa xestión

Risco	Descrición	Mecanismos de xestión e páxina 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 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. Cambios nas estratexias comerciais de principais fabricantes e competidores.	Modelo de negocio 'contigo' que reforza a fidelización de clientes a través de EROSKI Club. (Páx. 44). Campañas de oferta e descontos especiais coa Tarxeta Oro e titulares da tarxeta de compra EROSKI. (Páx. 51). Adaptación da oferta comercial e servizos a través da innovación. (Páx. 66-68).
Calidade, 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. (Páx. 114) Realizamos máis de 33.375 controles analíticos, máis de 963 auditorías en puntos de venda e plataformas e de 347 auditorías a provedores ao ano. (Páx. 115). Compromiso de SEGUROS dentro dos nosos 10 Compromisos pola Saúde y a sustentabilidade (Páx. 15).
Cumprimento e cambios normativos	Cambios legislativos 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. 30) Política Ambiental. (Páx. 131). Emprego estable e de calidade (Páx. 74). Ecodeseño de envases e embalaxes (Páx. 152). Xestión circular de residuos (Páx. 168). Compromiso de transparencia dentro dos nosos 10 Compromisos pola Saúde y a Sostibilidade (Páx. 17).

Risco	Descrición	Mecanismos de xestión e páxina do documento onde se explican
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. 132, 159) Política Ambiental (Páx. 131) e 10 Compromisos pola Saúde e a Sostibilidade (Páx. 14). Análises de riscos e oportunidades do cambio climático (Páx. 133). Estratexia comercial que potencia o consumo de proximidade (Páx. 58, 179) e os produtos con certificacións ambientais. (Páx. 146) Adaptación dos procesos e instalacións para unha maior ecoeficiencia e uso de enerxías renovables. (Páx. 159).
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 de Conduta (Páx. 28) Canal de Denuncia (Páx. 29) Plan de Igualdade (Páx. 89) Xeración de emprego de calidade (Páx. 74).
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. 101). Servizos e plans de prevención de riscos laborais (Páx. 96-99). Auditorías internas (Páx. 96-99). Simulacros de emerxencias (Páx. 96-99). Compromiso de saúde e benestar dos traballadores dentro dos nosos 10 Compromisos pola Saúde e a sustentabilidade (Pax. 18). Formación en saúde e benestar para as persoas traballadoras(Páx. 101).
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 omnicanle (Páx. 49, 50). Proxectos de innovación para avanzar na dixitalización (Páx. 66-68).
Dereitos humanos na cadea de valor	Risco de incumprimento por parte dos provedores dos dereitos humanos e laborais.	Esixencia a tódolos nosos provedores de subscribir o noso Código de Conduta (Páx. 28, 31, 59). Seguimento con auditorías externas aos provedores con maior risco: sector téxtil e de non alimentación nos países asiáticos. (Páx. 59-61).

Xestión responsable de VEGALSA-EROSKI

En VEGALSA-EROSKI cinguímonos ao noso propio sistema para controlar e xestionar o cumprimento normativo e de conduta establecido no Código Ético, aprobado en maio de 2018 e que entrou en vigor en maio de 2019. O órgano responsable desta labor é o Comité de Cumprimento.

Temos a disposición de todas as persoas que traballan en VEGALSA-EROSKI un Canle de Denuncia para informar de forma anónima sobre calquera irregularidade contraria ao marco ético e normativo interno ou de accións contrarias á legalidade.

Ademais do Código Ético, en VEGALSA-EROSKI contamos cun marco de cumprimento conformado por seis políticas de cumprimento: privacidade e confidencialidade; anticorrupción; conflito de intereses; compras e contratacións, doazóns e patrocinios; e atencións e regalos.

Código Ético

O Código Ético de VEGALSA-EROSKI reúne os principios éticos e os valores que rexen as nosas actividades e que inclúe as 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 todas as persoas que traballan en VEGALSA-EROSKI, colaboradores, socios, competidores e demais terceiros vinculados coa Sociedade.
- Criterios obxectivos na selección e promoción das persoas que traballan en VEGALSA-EROSKI.
- Transparencia, obxectividade e profesionalidade no desenvolvemento de todas as súas actividades e das relacións cos grupos de interese.
- Uso racional e adecuado de tódolos recursos, salvagardando os activos da Sociedade.
- Intimidade, protección de datos e información confidencial.
- Compromiso co medio ambiente.

Xestión de riscos

En VEGALSA-EROSKI, o último responsable da xestión de riscos é o Consello de Administración que vela polo funcionamento xeral de dous sistemas de xestión diferenciados, coa súa propia estrutura e funcionamentos.

Deste modo, contamos co Sistema de Xestión de Riscos Corporativos que xestiona o Comité de Análises de Riscos (CAR) e o Programa de Prevención e Control de Delitos-Riscos Penais (*Compliance*) que coordina o Comité de Cumprimento.

O CAR reporta dúas veces ao ano ao Consello de Administración, mentres que o Comité de Cumprimento o fai unha vez ao ano. De igual maneira, a Sección de

Cumprimento do Departamento Xurídico realiza dous descargos anuais, previos ao do Comité de Cumprimento, ao que informa de calquera anomalía detectada.

Así mesmo, o Consello de Administración definiu as normas e as metodoloxías que deben seguir os procesos de dilixencia debida, como o Manual de Prevención e Control de Delitos que contempla un protocolo de toma de decisións o cal rexe a tódolos órganos con poder de decisión e funcións na formación da vontade societaria.

Como parte do Manual de Prevención e Control de Delitos, en decembro de 2022 aprobouse a Política de Seguridade da Información e a Normativa de Uso dos sistemas de Información, que se publicarán en 2023.

Todas as novas incorporacións de persoal reciben un Manual de Acolida con información sobre o *Compliance* Penal e o Modelo de Prevención e Control de Delitos de VEGALSA-EROSKI, o Código Ético, a Canle de Denuncia e as Políticas da organización, incluída a de anticorrupción.

Adicionalmente, realizouse unha formación presencial con 16 persoas traballadoras de nova incorporación en sede ou que non tiñan realizado a formación en exercicios anteriores e que teñen acceso a información máis sensible.

Mecanismos formais de queixa e reclamación

GRI 2-16; 2-25; 2-26

Dentro do noso compromiso cunha xestión ética e responsable, dispoñemos de distintas canles de queixas ou reclamacións para identificar e xestionar posibles incidencias no ámbito ambiental, social ou de bo goberno:

Cientes

EROSKI

Liña de atención telefónica ao cliente: 944 943 444, dispoñible de luns a sábado de 9:00 a 22:00 horas.

Formulario dispoñible en www.eroski.es/contacto.

CAPRABO

Liña de atención telefónica; 932 616 060, dispoñible de luns a sábado de 9:00 a 22:00 horas. Formulario dispoñible en web: www.caprabo.com/es/atencion-cliente/

FORUM SPORT

Liña de atención telefónica: 944 286 618, dispoñible de luns a sábado de 9:00 a 22:00 horas. Dirección de correo electrónico forumsport@forumsport.es

As queixas ou reclamacións recíbense a través de calquera destas canles e xestiónanse cos responsables correspondentes de cada organización.

Traballadores e traballadoras

As persoas que traballan en EROSKI poden presentar as súas queixas ou reclamacións con xestións administrativas ou propias do seu posto no Departamento Social ou a través do seu xefe ou rexional de Persoas ou contactando co responsable de Administración de Persoas.

No caso de denuncias relacionadas co incumprimento do Código de Conducta ou Plan de Riscos Penais, contamos cun teléfono de contacto (94 621 12 34), un formulario *online* dispoñible na intranet da organización, e no caso de VEGALSA-EROSKI unha caixa de correo electrónico (canaldedenunciavegalsa@gmail.com). O responsable da Oficina de Cumprimento reportará as denuncias recibidas a través da Canle de Denuncia e da Área Social ao Comité de Cumprimento Normativo, quen, á súa vez, as reportará ao Comité de Auditoría e Cumprimento do Consello Reitor. Pola súa parte, o Comité de Auditoría supervisará o funcionamento dos procedementos establecidos na recepción das consultas e as notificacións e validará a resposta dada nas mesmas. Adicionalmente, dispoñemos dun protocolo específico para a prevención e a actuación fronte ao acoso sexual e o acoso por razón de sexo, que se activa a solicitude de intervención da presunta vítima a través do seu xefe ou rexional de Persoas, ou dalgún dos membros do Consello Social. A partir da denuncia, formárase unha Comisión Instrutora que abrirá o correspondente expediente de investigación confidencial. Unha vez finalizada a investigación, emitirase un informe de conclusións, que se remite á Dirección de Persoas para adoptar as medidas propostas que considere oportunas.

Cumprimento contractual ou legal

O Departamento Xurídico de EROSKI ou o centro ou área correspondente recibirán todas as notificacións ou os requirimentos relacionados con algún incumprimento regulamentario ou contractual. 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 proveedoras

O Servizo de Atención a Empresas Proveedoras encárgase de xestionar as cuestións en materia contable e financeira. Concretamente da resposta das súas facturas, os vencementos, os pagos ou os cargos emitidos por parte de EROSKI. En caso de que as empresas proveedoras expoñan dúbidas ou problemas sobre outros asuntos, este departamento trasladaraos ás persoas ou áreas correspondentes. Adicionalmente, este servizo pode resolver dúbidas de xestores comerciais que poidan ter algunha incidencia con algún proveedor ou que poidan requirir algunha información adicional sobre o estado de conta.

As empresas proveedoras contactan con este servizo por teléfono (en horario de 8:30 a 13:30 horas) ou por correo electrónico, o cal debe xestionar a incidencia nun máximo de 2 días.

Ademais, as empresas proveedoras poden consultar a situación das facturas, os cargos, os movementos de ata cinco anos de antigüidade, noutras funcións, a través da páxina web que teñen á súa disposición.

2 Modelo de negocio



Cerca dos nosos clientes, provedores e aliados

- **1.656 tendas físicas e online** de alimentación e negocios diversificados (gasolineiras, ópticas, material deportivo, seguros e axencias de viaxes).
- Máis de **6,4 millóns de Socios Cliente**.
- **370 millóns de euros de aforro** transferido aos nosos clientes.
- **5.048 referencias** de marca propia.
- **23 plataformas propias e 10 plataformas de terceiros** conforman a nosa rede loxística.
- **9.339 empresas provedoras** comerciais e de servizos forman parte da nosa cadea de valor.
- **11,7 millóns de euros** destinados a proxectos de innovación.

Un modelo multiformato

GRI 2-1; 2-6

Caracterizámonos por contar cun modelo de empresa multiformato deseñado para dar resposta ás diferentes necesidades da nosa clientela. Neste sentido, a nosa oferta cubre un amplo espectro de enseñas que van dende a alimentación (o noso negocio principal) ata gasolineiras, axencias de viaxe, tendas de produtos deportivos, ópticas e seguros.

É por iso polo que contamos cunha rede comercial diversificada e eficiente, estruturada por 1.646 establecementos físicos (1.399 de alimentación e 247 de

negocios diversificados) que conforman unha superficie comercial de 1.180.172 millóns de metros cadrados, caracterizada por espazos cómodos nos que os nosos clientes poidan realizar as súas compras facilmente. Ademais, contamos con 10 tendas *online* para os negocios de alimentación, material deportivo e seguros.

Adicionalmente, e na nosa busca constante pola excelencia e a calidade dos produtos e servizos que ofrecemos, dispoñemos de liñas de negocio e varias entidades especializadas en zonas xeográficas concretas para atender as necesidades e expectativas das persoas consumidoras.

Negocios de alimentación

SUPERMERCADOS

No Grupo EROSKI contamos con 1.346 supermercados, 743 propios e 603 franquiciados. Destes temos diferentes enseñas dependendo do modelo comercial e da rexión. Así, contamos con 611 EROSKI City, 299 CAPRABO, 167 EROSKI Center, 103 ALIPROX, 76 FAMILIA, 43 ONDA e 46 Rapid.

HIPERMERCADOS

En EROSKI posuímos unha rede de 36 hipermercados de distintos tamaños na zona norte de España, concentrados especialmente no País Vasco, que ofrece produtos de alimentación e de non alimentación (técnico, bazar, electrónica e electrodomésticos, libros, etc.).

CASH&CARRY

En VEGALSA-EROSKI dispoñemos de 17 Cash&Carry e a tenda *online*, baixo a enseña Cash Record. Ofrecemos produtos de alimentación, droguería, enxoval e bodega, con formatos dirixidos ao sector HORECA e alimentación polo miúdo, ademais dunha sección de non alimentación.

Negocios de diversificación

GRI 404-2

FORUM SPORT

Con máis de 25 anos de experiencia na comercialización de material deportivo, esta enseña de deportes do Grupo EROSKI está presente en 11 comunidades autónomas. Inclúe varias tendas especializadas en *sneakers* e roupa para mozos baixo a marca Dooers.

ÓPTICAS

En EROSKI contamos cunha rede de 11 centros ópticos nos que se ofrece unha ampla variedade de produtos onde prima a calidade e o deseño en torno a gafas graduadas e de sol, lentes de contacto, e líquidos e accesorios, entre outros.

GASOLINEIRAS

Dispoñemos de 40 gasolinerías, situadas estratéxicamente xunto aos nosos supermercados e hipermercados, ofrecendo os mellores prezos, facilidades de pago e descontos.

VIAXES EROSKI

A nosa axencia de viaxes do Grupo EROSKI inclúe tamén a VIATGES CAPRABO, en Cataluña, e ás oficinas *online* www.viajeseroski.es e www.viatgescaprabo.com. Ofrecemos servizos tanto no sector vacacional, así como na atención exclusiva á empresa nas principais cidades (Madrid e Barcelona, entre elas). Contamos, ademais, cunha 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).

En 2022 firmouse un contrato de compravenda con W2M (Grupo Iberostar) para a adquisición das participacións sociais representativas do 100% do capital social do noso negocio de viaxes, que se formalizará en 2023. A vantaxe de Viaxes EROSKI foi valorada como a mellor decisión posible para a pervivencia do proxecto e os seus traballadores, que poderán continuar o seu desenvolvemento profesional nunha das empresas referentes do sector en España.

SEGUROS

Contamos cun comparador de seguros *online* <https://eroskiasegura.es> para axudar aos nosos clientes a atopar o seguro de vida, fogar, coche, moto, saúde, viaxes e mascotas que mellor se adapte ás súas necesidades.

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

	2022			2021			2020		
	Propias	Franqui- ciadas	Total	Propias	Franqui- ciadas	Total	Propias	Franqui- ciadas	Total
Hipermercados	36	0	36	36	0	36	37	0	37
Supermercados	743	603	1.346	759	577	1.336	761	532	1.293
Cash&Carry	17	0	17	18	0	18	18	0	18
Gasolinerías	40	0	40	38	0	38	40	0	40
Ópticas	11	0	11	11	0	11	11	0	11

	2022			2021			2020		
	Propias	Franqui- ciadas	Total	Propias	Franqui- ciadas	Total	Propias	Franqui- ciadas	Total
Axencias de viaxe	104	25	129	106	24	130	123	25	148
Ocio e deporte ¹	66	1	67	67	1	68	68	1	69
Tendas <i>online</i>	10	0	10	9	0	9	8	0	8
Total	1.027	629	1.656	1.044	602	1.646	1.066	558	1.624

¹Inclúe as enseñas FORUM SPORT e Dooers.

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

	2022			2021			2020		
	Propias	Franqui- ciadas	Total	Propias	Franqui- ciadas	Total	Propias	Franqui- ciadas	Total
EROSKI city ¹	310	301	611	309	290	599	307	267	574
CAPRABO	192	107	299	210	86	296	213	74	287
EROSKI Center	164	3	167	164	2	166	164	2	166
ALIPROX	0	103	103	0	106	106	0	114	114
FAMILIA	76	0	76	75	0	75	76	0	76
ONDA	0	43	43	0	48	48	0	48	48
Rapid	1	46	47	1	45	46	1	27	28
Total	743	603	1.346	759	577	1.336	761	532	1.293

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

Distribución dos establecementos físicos por comunidade autónoma e negocio

	Establecimientos propios								Establecimientos Franquiciados					Total
	Negocios alimentación			Negocios diversificados				Total propios	Negocios alimentación		Negocios diversificados		Total Franquiciados	
	Hipermercados	Supermercados	Cash&Carry	Gasolineiras	Ópticas	Axencias de viaxes	Ocio e deporte		Hipermercados	Supermercados	Axencias de viaxes	Ocio e deporte		
Andalucía	2	0	0	1	1	0	0	4	0	46	1	0	47	51
Andorra	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	5	5
Aragón	0	36	0	1	0	3	2	42	0	28	0	0	28	70
Asturias	0	12	1	2	0	4	7	26	0	2	0	0	2	28
Cantabria	1	8	0	1	0	5	5	20	0	9	4	0	13	33

	Establecimientos propios								Establecimientos Franquiciados					Total
	Negocios alimentación			Negocios diversificados				Total propios	Negocios alimentación		Negocios diversificados		Total Franquiciados	
	Hipermercados	Supermercados	Cash&Carry	Gasolineiras	Ópticas	Axencias de viaxes	Ocio e deporte		Hipermercados	Supermercados	Axencias de viaxes	Ocio e deporte		
Castela e León	1	21	0	1	0	7	11	41	0	13	1	1	15	56
Castela -A Mancha	0	0	0	0	0	1	0	1	0	7	0	0	7	8
Cataluña	0	192	0	2	0	1	1	196	0	108	1	0	109	305
Ceuta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2	2
Comunidade Valenciana	0	0	0	0	0	0	2	2	0	8	0	0	8	10
Estremadura	0	0	0	0	0	1	0	1	0	4	0	0	4	5
Galicia	7	143	16	4	0	4	2	176	0	120	3	0	123	299
Xibraltar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	4	4
Illas Baleares	0	107	0	4	0	0	0	111	0	70	0	0	70	181
Illas Canarias	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A Ríoxa	1	10	0	1	0	5	3	20	0	6	0	0	6	26
Madrid	0	0	0	0	0	2	0	2	0	21	1	0	22	24
Melilla	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Murcia	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1
Navarra	2	53	0	4	1	13	6	79	0	37	5	0	42	121
País Vasco	22	161	0	19	9	58	26	295	0	113	9	0	122	417
Total	36	743	17	40	11	104	66	1.017	0	603	25	1	629	1.646

Inclúense tamén os centros localizados en Andorra e Xibraltar (Reino Unido).

A información de 2021 e 2020 está nas táboas 1 e 2 do Anexo.

Tendas seguras certificadas

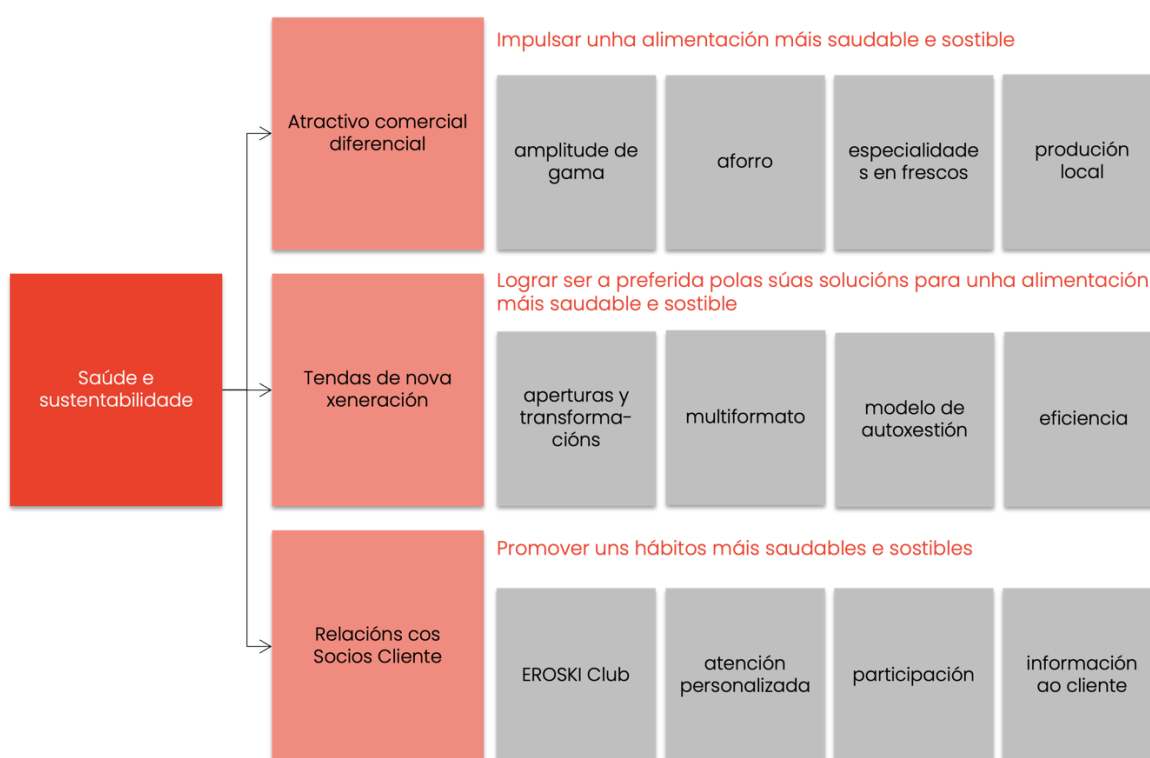
Velamos pola saúde e a seguridade tanto dos nosos clientes como do noso persoal. Por iso, mantivemos a certificación Clean Site de Bureau Veritas para os seus supermercados e hipermercados CAPRABO e EROSKI (excepto as tendas de VEGALSA-EROSKI), que garante que en ditos establecementos se implementan correctamente os protocolos de limpeza e desinfección, así como as medidas de seguridade adecuadas fronte á COVID-19.

O noso modelo comercial 'contigo'

GRI 2-6

Aliñado á nosa misión de ofrecer produtos e servizos de calidade e co obxectivo de cumprir coas expectativas da nosa clientela e seguir crescendo, desenvolvemos o noso modelo comercial 'contigo' baseado en dous piares fundamentais: a saúde e a sostibilidade. Sobre a base destes conceptos e cumprindo cos nosos compromisos nestes ámbitos, deseñamos un modelo estratéxico que os integra en todas as unidades de negocio, así como na relación que temos cos nosos clientes e demais grupos de interese.

Eixes estratéxicos do modelo comercial 'contigo'



Atractivo comercial diferencial

A través do modelo comercial 'contigo', traballamos para ofrecer aos nosos clientes unha ampla gama de produtos, poñendo especial énfase nos frescos e priorizando o produto local. Buscamos brindar aos nosos clientes un valor diferencial centrado na alimentación saudable e baixo altos estándares de calidade, co obxectivo de dar respostas ás súas diferentes necesidades e ofrecendo un amplo abanico de opcións. Para isto último, continuamos en 2022 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. Está previsto finalizar este proxecto en 2023.

Así mesmo, e como parte da nosa estratexia comercial, esforzámonos por ter prezos competitivos e así fortalecer a nosa presenza no mercado coa mellor calidade relación e prezo dos nosos produtos. Deste modo, ofrecemos máis posibilidades de aforro ás persoas consumidoras. Neste sentido, en 2022 fixemos un esforzo especial para minimizar o impacto da inflación e a subida de custos das materias primas no prezo da compra dos nosos clientes a través dunha redución dos marxes de beneficio da organización e a unha actividade promocional na que se inverteron 370 millóns de euros.

Xeramos valor a través das nosas marcas

Nesta estratexia son fundamentais as nosas marcas propias. Traballamos para ofrecer os mellores produtos pola súa calidade e excelente relación de prezo, co obxectivo de favorecer unha alimentación saudable e sostible. Queremos satisfacer as expectativas dos nosos clientes e, ademais, sorprendelos coa variedade da nosa gama.

En 2022 incorporamos un total de 320 novas referencias de marca propia, un 22% máis que o ano pasado. Este aumento débese en gran medida á adición á nosa marca de centos de produtos frescos que ata agora comercializabamos de maneira xenérica. Isto supuxo homologar a través das nosas auditorías de calidade ao 100% dos provedores de todos eses produtos frescos envasados. Impulsados pola incorporación desas referencias á nosa marca, actualizamos a imaxe dos produtos de cada sección de frescos para facilitar unha mellor identificación aos nosos clientes.

Destaca tamén o lanzamento en 2022 da nosa marca EROSKI VEGGIE, con 17 novos produtos que buscan ampliar a capacidade de elección ás persoas veganas, vexetarianas e flexitarianas, en liña co noso compromiso de atender as necesidades especiais de alimentación de determinados colectivos.

Con estas novas incorporacións superamos os 5.000 produtos comercializados con marca propia.



En 2022 logramos catro premios internacionais 'Salute to Excellence' da Private Label Manufacturers Association (PLMA) en recoñecemento á innovación e á calidade dos nosos produtos de marca propia. A Ensalada Gourmet, o logur Grego sabor a café e as Galletas Animais

Salvaxes, todos eles produtos de marca EROSKI, así como o Bonito do Norte en Aceite de Oliva da marca EROSKI SELEQTIA foron os produtos premiados.

Número de produtos de marca propia

	2022	2021	2020	Descrición
EROSKI	2.492	2.164	2.172	Ampla gama de produtos, todo o que necesitas, coa mellor relación calidade-prezo garantida.
EROSKI SELEQTIA	210	219	226	O mellor do mellor. Produtos testados polo Basque Culinary Center.
EROSKI NATUR	456	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	105	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.
EROSKI VEGGIE	17	0	0	Nova marca lanzada en 2022 para produtos con selo V-Label que garante que son aptos para as persoas veganas.
belle	366	424	437	Produtos de cosmética, hixiene e coidado persoal sen parabenos nin triclosán, dermatoloxicamente probado e ao mellor prezo.
EROSKI Basic	223	214	227	Produto de consumo ordinario, para tódolos días, con todas as garantías de calidade de EROSKI a prezo máis baixo.
Visto Bueno	1.082	1.146	1.405	Roupa e calzado con deseños propios e a mellor relación calidade/prezo.
Romester	66	79	151	Roupa e equipamento deportivo con deseños propios e a mellor relación calidade/prezo.
Ecron	26	41	35	Aparatos electrónicos e electrodomésticos con diferentes niveis de funcionalidade e a mellor relación calidade/prezo.
Total	5.043	4.812	4.996	

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. Desta forma, as nosas tendas de nova xeración, que xa ascenden a 1.020 establecementos, son máis ecoeficientes e incorporan medidas que permiten reducir ata un 35% o consumo eléctrico en comparación cun supermercado convencional. En 2022 realizamos 91 transformacións a este novo modelo, alcanzando as 1.20 tendas de nova xeración. Isto corresponde a máis do 90% dos establecementos propios na zona norte e Baleares e a case o 70% de tendas de CAPRABO.

A través da innovación, as nosas tendas de nova xeración seguen modelos multiformato nos que compaxinamos a autoxestión co trato persoal, amable e próximo. Así mesmo, outro dos sinais de identidade destas tendas renovadas é o protagonismo que reciben nelas os produtos locais e frescos.

Seguimos crescendo

EROSKI segue crescendo nas súas zonas de referencia coa apertura de 78 tendas físicas (11 propias e 67 franquías) e dun novo supermercado *online* (EROSKI azoka, que se detalla no apartado 'Compromiso coa contorna local' deste informe). Así mesmo, levamos a cabo 66 peches (28 tendas propias e 38 franquías) co obxectivo de adaptar a estrutura de negocio ás novas necesidades da contorna.

Como novidades de 2022 destaca especialmente a expansión da rede comercial de CAPRABO que incorporou 18 novos establecementos grazas á unha nova inversión superior aos 6,1 millóns de euros, o que supón 6.000 metros cadrados máis de sala de vendas. Cabe resaltar a apertura dunha tenda propia de 1.400 metros cadrados en Sant Joan Despí (Barcelona), que contou cunha inversión de 2 millóns de euros. Pola súa parte, en VEGALSA-EROSKI destaca a inauguración dun novo hipermercado en Pontevedra, no centro comercial Nasas Nigrán.

Este 2022 igualmente será lembrado por ser o ano no que EROSKI alcanzou os 600 establecementos franquiciados. Mantivemos neste exercicio o ritmo de aperturas de franquías de anos anteriores, que mostra un balance de 294 inauguracións nos últimos cinco anos cunha inversión global de 12 millóns de euros. Un modelo de éxito co que a organización crece no seu ámbito de referencia e noutros perímetros.

De cara aos próximos anos, continuaremos expandindo a nosa rede franquiciada co foco posto en Cataluña, País Vasco, Andalucía, Madrid, Castela-A Mancha, Extremadura e Levante. Durante o exercicio 2023 EROSKI ten previsto inaugurar 65 franquías. Neste sentido, EROSKI e o operador petrolífero AVIA consolidaron o seu acordo de expansión dos supermercados franquiciados co formato EROSKI Rapid nas súas gasoleiras, tras cumprir dous anos dende a posta en marcha deste

convenio cun balance máis que positivo. Actualmente EROSKI conta con 25 supermercados franquiciados en estacións de servizo.

Máis dixitais

En 2022 mantemos a nosa aposta decidida pola estratexia omnicanal, coa que nos esforzamos para que os nosos clientes teñan unha experiencia única e diferencial en calquera das canles de compra dispoñibles. Nesta liña, impulsamos progresivamente o posicionamento dos nosos servizos dixitais para que sexan cada vez máis accesibles, intuitivos e cómodos, e derribas as posibles barreiras entre as canles dixitais e as canles físicas. O noso propósito é mellorar a experiencia de compra e ofrecer todas as opcións aos nosos clientes para que escollan as que máis lle conveñan e se axusten ás súas preferencias e necesidades.

A nosa estratexia dixital baséase na plataforma web e na *app* EROSKI. Ademais, ofrecemos distintas canles para ampliar a oferta e as posibilidades adaptadas aos usos e necesidades dos nosos clientes, como Click&Drive, Click&Collect ou os clasificadores intelixentes.

Supermercado *online*

A través do supermercado *online* os nosos clientes poden xestionar todo o proceso de compra, incluíndo a entrega a domicilio, a valoración de produtos e a recollida en tenda ou en clasificadores intelixentes. Así mesmo, teñen a opción de recoller o pedido *online* no día de forma gratuíta.

En 2022 realizamos melloras na nosa web para axilizar a compra. Destacan as seguintes:

- Incorporación da funcionalidade de escanear o código de barras dun artigo para que se inclúa directamente no pedido *online*.
- Simplificación na selección de produtos da mesma categoría ante a falta de existencias dun produto mercado habitualmente.
- Opción de modificar un pedido xa realizado.
- Posibilidade de seleccionar se desexas recibir selos de promoción.
- Ferramenta de ampliación das fotos dos produtos, ás que se incluíu tamén a vista traseira do envase.
- Melloras nos filtros e en ofertas personalizadas.

Tamén aplicamos a posibilidade de realizar devolucións na entrega, de tal maneira que a persoa que fai o reparto xestiona directamente o abono ao cliente. Así mesmo, ampliamos o número de puntos de recollida de Click&Collect e clasificadores intelixentes, con 12 e 2 aperturas respectivamente. Con estes,

contamos xa con 15 puntos Click&Drive, 44 Click&Collect e 5 clasificadores intelixentes.

Por outro lado, ampliamos a variedade de non alimentación, con máis de 500 artigos de pequeno aparato electrodoméstico que se poden adquirir xunto coa cesta da compra.

Adicionalmente, melloramos os nosos procesos para servir os alimentos frescos de mostrador en CAPRABO e ser máis eficientes, coa preparación de pedidos directamente nas plataformas loxísticas. Neste perímetro incluimos tamén a posibilidade de entrega ultrarrápida en menos de 27 minutos a través da *app* de Glovo.

App EROSKI

A *app* EROSKI consolidouse como unha das canles máis usadas polos nosos clientes, xa que facilita todo o proceso de compra. A través da aplicación móbil, entre outras funcións, pódese acceder á oferta de produtos, monitorizar o proceso de entrega e realizar xestións posteriores á compra. As funcionalidades máis destacadas e usadas son: vales aforro, ofertas personalizadas, tarxeta dixital, ticket dixital, lista da compra e consulta do saldo moedeiro.

Este último ano rexistráronse 1,8 millóns de descargas da *app* entre Android e IOS e o número de usuarios que xestionan as súas compras mensualmente a través desta canle creceu un 142%. Este forte incremento está causado principalmente pola tendencia crecente de uso de aplicacións por parte dos consumidores e polas campañas de captación continuas e as accións para fomentar a recorrencia de usuarios.



En 2022 recibimos os galardóns 'Supermercados de Proximidade', 'Franquías de supermercados' e 'WebShop do ano' na categoría de supermercado *online*, dos Premios Comercio do Ano 2022- 2023. Estes recoñecementos baséanse na votación das persoas consumidoras e supoñen unha valoración ao noso modelo comercial 'contigo' e á nosa aposta pola omnicanalidade.

Relación cos Socios Cliente

Comprometidos coa saúde e o benestar dos nosos clientes, impulsamos hábitos de vida máis saudables e sostíbeis que abarcan aspectos dende a alimentación ata servizos que satisfagan as súas necesidades e expectativas dunha maneira responsable.

Ademais, ofrecémoslle atención personalizada, así como programas de fidelización que lles permiten desfrutar de vantaxes axustadas ás súas demandas e hábitos de compra.

A través dos programas de fidelización, as persoas consumidoras poden chegar a aforrar máis de 600 euros nos nosos supermercados e hipermercados, aforro que pode incrementarse nun 2% adicional para as familias 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 descontos exclusivos en todas as súas compras. EROSKI Club é sinónimo de aforro e maior facilidade para os procesos de compra. Actualmente, máis de 6,4 millóns dos nosos clientes son titulares das tarxetas EROSKI, CAPRABO e FORUM SPORT, que xeran de media máis do 70% das vendas. En 2022 transferíronse a través dos programas de fidelización máis de 272 millóns de euros en aforros. Este ano sumáronse 237.185 novos Socios a EROSKI Club.

Os Socios Cliente poden optar a vantaxes adicionais a través das seguintes tarxetas:

- A Tarxeta Ouro de EROSKI Club permite un aforro fixo e universal do 4% de todas as compras. Conta xa con 160.216 Socios Cliente e 34 empresas que engloban a 3.702 traballadores e traballadoras.
- A tarxeta de pago EROSKI club unifica todas as vantaxes do programa EROSKI Club e conta xa con 305.853 titulares. Esta tarxeta, sen cotas de emisión ou mantemento ofrece, entre outras vantaxes, a devolución do 1% de importe das compras pagadas fóra de EROSKI co ingreso dese diñeiro na tarxeta EROSKI Club asociada.

Os Socios e Socias do Club reciben ademais contidos personalizados sobre ofertas e cuestións de interese sobre saúde e sostibilidade.

Atención personalizada e de calidade

A relación de confianza que mantemos cos nosos clientes é unha fundamental no modelo 'contigo' e nos nosos 10 Compromisospola Saúde e a Sustentabilidade. Por iso, dende EROSKI ofrecemos unha proposta comercial centrada nas persoas consumidoras e que prioriza a experiencia de compra. Este enfoque permitiunos diferenciarnos ao especializarnos en produtos frescos, poñendo especial empeño por mellorar os nosos servizos de venda asistida no mostrador.

Neste sentido, a capacitación profesional das persoas e a formación permanente son os piares sobre os que se basea a nosa vantaxe competitiva como especialistas en produtos frescos.

Servizo de Atención ao Cliente

Preocupámonos por estar cerca e a disposición das persoas que confían en nós para resolver dúbidas, suxestións, queixas ou consultas. O Noso Servizo de Atención ao Cliente ten o compromiso de dar resposta inmediata e se se require algunha xestión para resolvela, debémola facer nun prazo máximo de 24 horas.

En 2022 atendemos a 468.615 persoas cun índice de resolución de reclamacións do 91%, resolvendo o 67% destas no primeiro contacto. Este ano indicador debido a un aumento das reclamacións relacionadas coa nosa actividade de promoción, que ampliamos para axudar ás familias a facer fronte ao impacto da inflación. Este tipo de reclamacións sempre requiren dunha análise posterior ao primeiro contacto para poder identificar a causa da incidencia. Non obstante, o 83,6% destas relacións resólvense en menos dunha semana e sempre se lle notifica ao cliente en menos de 24 horas o proceso que se segue para conseguir resolver a reclamación.

Cabe destacar que este ano modificamos o criterio de reporte do índice de resolución de incidencias como parte do noso compromiso por mellorar a transparencia aos nosos grupos de interese, incluíndo a partir de agora a porcentaxe de reclamacións resoltas de forma satisfactoria para o cliente.

Indicadores Servizo de Atención ao Cliente

	2022	2021	2020
Nº persoas atendidas	486.615	550.093	720.990
Índice de resolución de reclamacións ¹	91% ¹	100%	100%
Índice de resolución ao primeiro contacto	67,0% ²	87,8%	91,8%

¹ O 100% das reclamacións respondéronse. O 91% foron satisfactorias para o cliente. En exercicios anteriores só incluíamos a porcentaxe de reclamacións respondidas.

² Baixou polo incremento do 42% nas reclamacións de vales, debido ao reforzo da nosa actividade de promoción.

O Noso Servizo de Atención ao Cliente atende ás persoas consumidoras en castelán, euskera, catalán e galego; está dispoñible 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.



En 2022, e por undécimo ano consecutivo, fomos recoñecidos como 'a empresa coa mellor atención ao cliente nos premios da consultora Sotto Tempo Advertising. As propias persoas consumidoras participan na elección das organizacións con maior calidade na súa atención ao cliente por sectores de actividade.

Escoita activa aos nosos clientes

Co obxectivo de ter en conta as inquietudes dos diferentes colectivos, articulamos o noso compromiso de transparencia e mantemos canles adicionais de comunicación con todos eles. Deste modo, en 2022 levamos a cabo 41 iniciativas de escoita activa nas que participaron 65.588 persoas, entre clientes, persoas consumidoras e empresas proveedoras, cuxas opinións, suxestións e recomendacións son unha fonte de alta relevancia para mellorar a nosa oferta comercial e as nosas tendas.

Ademais, en EROSKI contamos con 21 Comités Consumeristas que conforman a participación dos Socios Consumidores, que debaten, se sitúan e definen directrices para a mellora das tendas de nova xeración. Así mesmo, en 2022 en redes sociais xeramos máis de 2,88 millóns de intercambios cos usuarios e máis de 432 millóns de impresións.

Número de seguidores en redes sociais de EROSKI

	2022	2021	2020
Twitter	620.00	59.641	59.239
Facebook	23.5175	230.370	228.938
Instagram	59.475	49.835	38.859
LinkedIn	91.030	76.095	55.982

Protección de datos

GRI 2-27; 418-1; 3-3

En EROSKI somos unha cooperativa de consumo e polo tanto velamos con especial interese polos dereitos dos nosos clientes. Un deles é o da protección de datos, que xestionamos cun Plan de Mellora Continua. En 2007, ao mesmo tempo que se aprobaba o RLOPD (Real Decreto 1720/2007, de 21 de decembro, polo que se aproba o Regulamento de desenvolvemento da Lei Orgánica 15/1999),

instauramos o Sistema de Xestión de Protección de Datos, que contaba cunha metodoloxía propia e que vixiaba o cumprimento dende a análise e a xestión de risco.

O noso Sistema de Protección de Datos aliñouse en 2018 cos novos requirimentos regulamentarios e cumprimos con tódolos regulamentos e normativas aplicables en maneira 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.

Nesta liña, en 2022 o Departamento de Auditoría Interna revisou e auditou o propio sistema de Xestión. Como resultado desta actuación, realizáronse unha serie de recomendacións de mellora que serán desenvoltas ao longo do seguinte exercicio.

En 2022 recibimos unha reclamación por parte de organismos oficiais que foi arquivada, así como dúas reclamacións relativas ás fendas de seguridade, tamén arquivadas.

Cabe destacar que o noso supermercado online conta cunha versión avanzada do protocolo TLS (Transport Layer Security), que asegura a protección da información transmitida fronte a posibles ameazas cibernéticas que intenten interceptala ou modificala. Neste sentido, EROSKI online conseguiu a máxima cualificación de ciberseguridade de Qualys (A+).

Unha cadea de valor competitiva

GRI 2-6; 2-23; 201-1; 203-2

O noso modelo de tenda 'contigo' vai máis aló do xeito no que nos relacionamos cos nosos clientes ou deseñamos os nosos establecementos. É, ademais, unha aposta pola innovación integral e a optimización da nosa cadea de valor.

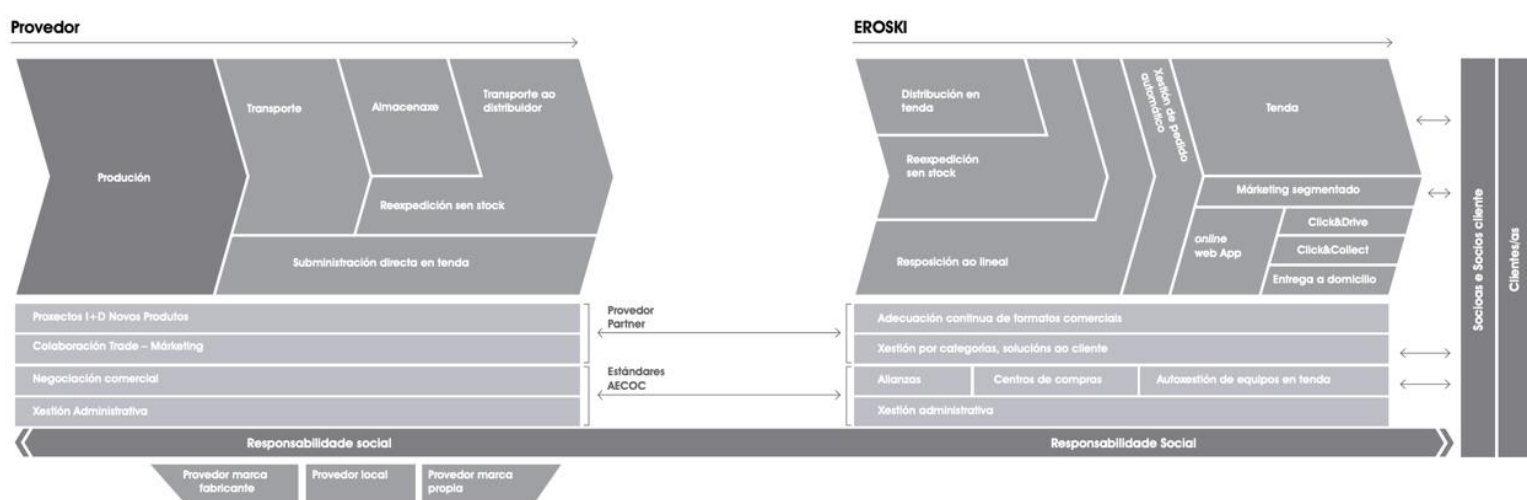
Para lograr unha gama de produtos cada vez máis ampla, personalizada e cun maior aforro, contamos cunha cadea de valor aberta á nosa marca propia, a outras marcas e á enorme diversidade de alimentos de produción local nas inmediacións de cada unha das nosas tendas. Ademais, seguimos mantendo as nosas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

O proceso inflacionista no que estivo inmerso o sector agroalimentario ao longo de 2022 xerou tensión en toda a cadea de valor e prexudicou a tódolos elos que a compoñen. A subida dos custos das materias primas e dos custos enerxéticos provocaron unha redución dos marxes de beneficio da organización, pola decisión de non trasladar a totalidade do seu incremento aos prezos de venda ao público. Así, o incremento de custos foi dun 15% no 2022, mentres que o traslado de prezos foi dun 12%. Pero a subida traducida á cesta da compra ascendeu ao 6,8% grazas á actividade de promoción na que se inverteron 335 millóns de euros.

En xeral, as claves da nosa mellora en competitividade empresarial son:

- Optimización dos procesos de venda e subministración alcanzando unha maior eficiencia en toda a cadea de valor.
- Innovación no marco de colaboración con empresas proveedoras e organizacións referentes en alimentación.
- Prezos máis adecuados e competitivos grazas ás alianzas comerciais e á xestión de múltiples promocións e ofertas personalizadas.
- Diversidade do noso tecido produtivo agroalimentario impulsado aos pequenos produtores locais.
- Responsabilidade social e medioambiental como criterio para a selección das empresas proveedoras.

Representación da cadea de valor de EROSKI



Creamos riqueza na nosa contorna

GRI 201-1; 201-4; 203-2; 413-1

No noso compromiso por ofrecer unha ampla gama de produtos de calidade e con bos prezos, traballamos cunha cadea de valor aberta que nos permite consolidar alianzas e reforzar a diversidade do tecido produtivo agroalimentario próximo á nosa contorna. Con esta estratexia xeramos riqueza directamente nos diferentes 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 seus grupos de interese (miles de euros)

	2022	2021	2020
Cientes	370.473	360.034	326.375
Empresas proveedoras	3.914.954	3.700.913	3.871.394
Materias primas e consumibles	91%	89%	90%
Servizos	9%	11%	10%
Persoas traballadoras	498.050	482.046	494.871
Soldos, salarios y asimilados	99,0%	98,8%	98,7%
Indemnizacións	0,9%	1,1%	1,3%
Aportacións a plans de aportación definida	0,1%	0,1%	0,1%
Estado	213.083	239.227	222.380
Cargas sociais e impostos polas persoas traballadoras	83%	73%	80%
Impostos sobre ganancias	10%	21%	12%
Tributos	7%	6%	8%
Subvencións ¹	0%	0%	0%
Medio ambiente²	23.950	23.803	19.683
Gastos	6%	4%	5%
Inversións	91%	96%	95%

	2022	2021	2020
Sociedade³	22.704	16.892	22.391
Grupo EROSKI ⁴	46%	52%	41%
Fundación EROSKI	2%	3%	4%
Cientes de EROSKI	21%	23%	18%
Entidades sociais	31%	22%	36%

¹ Recibíronse 3.013,83 euros en 2022 de subvencións.

² Gastos e inversións destinados á minimización do impacto medioambiental y á protección e mellora do medio ambiente.

³ Millóns de euros destinados a fins sociais e á formación e información das persoas consumidoras. Contabilízanse tamén as doazóns dos nosos clientes realizada a través das accións de solidariedade organizadas nas nosas tendas e as compras de entidades sociais a través das nosas ferramentas facilitadoras para garantir o acceso á alimentación das persoas en situación de vulnerabilidade.

⁴ Inclúe descontos do Grupo EROSKI con fin social (por exemplo, colectivos de celíacos, familias numerosas, entidades da contorna, etc.), que tamén están incluídos no aforro transferido a clientes (1,8 millóns de euros).

Esta información, xunto con outros datos financeiros, utilízase para o cálculo do valor económico xerado, distribuído e retido conforme aos estándares da Global Reporting Initiative (GRI).

Valor económico xerado e distribuído (miles de euros)

	2022	2021
Valor económico xerado	5.097.137	4.793.413
Importe neto da cifra de negocios	4.828.195	4.541.380
Outros ingresos da explotación	264.720	252.033
Ingresos financeiros	4.222	2.880
Valor económico distribuído²	1.173.241	1.246.267
Custos Operacionais	385.855	435.851
Salarios e beneficios dos empregados	498.050	482.046
Pagos a provedores de capital	65.807	79.847
Pagos ao Goberno	213.086	239.223
Inversións na comunidade ²	10.444	9.300
Valor económico retido	3.923.896	3.547.146

¹ Os datos repórtanse segundo ingresos e gastos dos estados financeiros da empresa, xa que estes representan o valor económico xerado e distribuído. GRI solicita nalgúns casos datos de ingresos e noutros de pagos, pero son conceptos a nivel contable distintos (ingresos e gastos ou cobros e pagos). Optamos por reportar en función de ingresos e gastos.

² O dato de doazóns rexistradas no estado financeiro é 490.404 euros, pero o Grupo EROSKI fai aportacións adicionais en especie, a través de descontos, etc. Estas aportacións, que corresponden ao 46% do importe total destinado a fins sociais en 2022, subtraéronse dos custos operacionais.

Xunto ás nosas empresas provedoras

GRI 2-6; 204-1

En EROSKI estreitamos alianzas con 9.339 empresas provedoras comerciais e de servizos, coas que en 2022 fixemos transaccións económicas que superaron os 3.915 millóns de euros, o que significou a comercialización de máis de 130.555 artigos no último exercicio.

As nosas empresas provedoras son os nosos principais colaboradores e axúdannos a construír a nosa estratexia comercial a través dun enfoque compartido baseado en 3 eixos: as necesidades dos nosos clientes, a saúde e a eficiencia en loxística.

Fieis ao noso compromiso co tecido produtivo nacional, máis do 98% do gasto en empresas provedoras corresponde a entidades situadas no territorio español. Adicionalmente, facemos esforzos por promover o consumo de proximidade, establecendo relacións con produtores locais e rexionais, que alcanzan o 60% da nosa cadea de subministración.

Provedores comerciais e de servizos por país

	2022	2021	2020		2022	2021	2020
España	9.046	9.493	9.762	Andorra	2	3	4
Portugal	47	46	43	Luxemburgo	2	2	2
Francia	44	42	41	Paquistán	2	2	4
Alemaña	30	30	26	Canadá	1	1	1
China	29	38	43	Corea do Sur	1	1	1
EE. UU.	22	16	13	Croacia	1	1	1
Reino Unido	20	23	23	Finlandia	1	1	0
Italia	17	14	10	Grecia	1	2	2
Bélxica	13	17	15	India	1	1	0
Irlanda	13	16	14	Indonesia	1	1	1
Países Baixos	11	10	10	Singapur	1	1	1
Dinamarca	6	8	5	Tailandia	1	2	2
Polonia	5	1	0	Taiwán	1	1	1
Suecia	5	3	4	Vietnam	1	2	3
Noruega	4	5	4	Austria	0	1	0
Suíza	4	5	4	Nova Zelandia	0	1	0
Bangladesh	3	3	4	Turquía	0	1	0
Israel	3	2	1	Total	9.339	9.803	10.045

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 presenza a escala mundial, en EROSKI consolidamos as nosas alianzas no mercado internacional para ter acceso ás mellores condicións. Estas relacións permítenos fortalecer o noso posicionamento competitivo e ofrecer novas posibilidades de aforro ás persoas consumidoras. Así, en EROSKI contamos con AGECORE, a nosa central europea de compras, conformada tamén por COLRUYT (Bélxica), CONAD (Italia) e COOP (Suíza), empresas independentes coas que compartimos unha visión estratéxica a longo prazo.

AGECORE busca ofrecer ás persoas consumidoras europeas unha gama de produtos máis ampla para unha maior liberdade de elección de opcións e uns mellores prezos, á vez que aumenta as oportunidades de negocio para as nosas empresas provedoras.

Responsabilidade social na nosa cadea de valor

GRI 2-23; 2-24; 203-2; 308-1; 406-1; 407-1; 408-1; 409-1; 411-1; 412-1; 413-1; 414-1; 414-2

Os nosos compromisos sociais e medioambientais tamén son extensibles ás nosas empresas provedoras e franquiciados. Como requisito imprescindible para formar parte da nosa cadea de valor esiximos unha xestión responsable do seu persoal e o cumprimento legal en tódolos ámbitos e, adicionalmente, potenciamos a aquelas que implementan sistemas de xestión ambiental.

De feito, condicionamos a nosa relación comercial co 100% das nosas empresas provedoras e franquiciadas ao cumprimento dos dereitos humanos e laborais. Os principios fundamentais nestas materias que esiximos baséanse nos requisitos da Organización Internacional de Traballo e os Principios do Pacto Mundial de Nacións Unidas, ao que pertencemos dende 2002.

Principios fundamentais de dereitos humanos e laborais

1. Rexeitar e non practicar o traballo infantil.
2. Rexeitar e non practicar o traballo forzoso ou obrigatorio.
3. Proveer un ambiente de traballo seguro e saudable.
4. Respectar a liberdade de asociación e o dereito á negociación colectiva.
5. Rexeitar e non practicar a discriminación por ningunha causa.
6. Rexeitar e non practicar o uso de castigos corporais, coerción mental ou física ou abusos verbais aos empregados.
7. Garantir o cumprimento legal sobre horas de traballo e días festivos.

8. Remunerar conforme á normativa legal de cada sector, garantindo que se cobren as necesidades básicas do persoal e algunha capacidade de gasto discrecional.
9. Implementar un sistema de xestión que asegure o cumprimento e a comunicación interna dos principios da norma.

Nos contratos cos provedores inclúese tamén unha cláusula que informa tamén sobre os nosos Plans de *Compliance* e Prevención de Riscos Penais, o Código de Conducta Corporativo, o Resumo do Regulamento do Órgano de Control Interno e o Resumo do Regulamento da Canle de Denuncia. O noso Código de Conducta está ademais dispoñible na web <https://corporativo.eroski.es/> accesible a calquera persoa. Neste sentido, internamente dispoñemos dun regulamento que promove medidas para previr a corrupción na xestión de empresas proveedoras e contratas, tal como se detalla no apartado 'Sobre EROSKI' de este informe (páx. 30-33). E en 2022 levamos a cabo auditorías específicas en materia de branqueo de capitais nalgúns empresas franquiciadas (páx. 31).

Facemos especial seguimento a aquelas empresas con maior risco, como as do sector téxtil e as de produtos de non alimentación localizadas en Asia. Así, para garantir o cumprimento deses principios fundamentais, en 2022 realizamos a través das nosas centrais de compras neses países 47 auditorías segundo os estándares BSCI (43), ICS (2), SEDEX (1) e SA8000 (1). Todas as empresas superaron a auditoría en 2022 ao non haber non conformidades críticas detectadas, aínda que si se informaron de áreas de mellora que deberán implantar tras a definición de plans de acción. En concreto, requiríronse melloras que se implementarán e farase seguimento das mesmas en 2023 respecto a saúde e seguridade dos traballadores (8), o modelo de xestión social (12) e as horas de traballo (31).

Auditorías de dereitos humanos aos provedores con máis risco

	2022	2021	2020
China	32	7	21
Vietnam	9	0	0
Bangladesh	2	0	2
India	1	1	0
Indonesia	1	0	0
Paquistán	1	1	3
Turquía	1	0	0
Total	47	9	26

Este ano incrementamos substancialmente o número de empresas ás que solicitamos os resultados da auditoría para reforzas as nosas accións de dilixencia debida nesta materia.

Por outra parte, certificamos co módulo GRASP de responsabilidade social aos 30 produtores de froita, hortaliza e acuicultura da nosa marca EROSKI NATUR co selo GlobalG.A.P. Este estándar garante o cumprimento de boas prácticas relativas aos dereitos laborais e humanos, ao que se suman as nosas esixencias de calidade e de respecto ao medio ambiente que xa dispoñían estes alimentos frescos de marca propia.

Ademais, dispoñemos na nosa gama de 56 produtos co selo de comercio xusto, como café, cacao, té, azucre e distintos artigos téxtiles. De feito, somos a primeira empresa de distribución que incorporou ao mercado español produtos de comercio xusto na oferta comercial, sendo recoñecidos por Fairtrade International como operador lexitimado para a importación e a distribución dos seus produtos coa súa propia marca comercial.

En 2022 non rexistramos casos de violacións dos dereitos humanos, como por exemplo relacionados con traballo infantil, dereitos dos pobos indíxenas, traballo forzoso ou obrigatorio, liberdade de asociación e negociación colectiva ou discriminación.

Ademais destes controis en materia social, tamén levamos a cabo auditorías específicas aos nosos provedores en relación coa seguridade alimentaria e a calidade dos nosos produtos. Tal e como se detalla no apartado 'Compromiso coa saúde' deste informe (páx. 112), en 2022 realizamos 347 auditorías a empresas proveedoras de marca propia ou outras marcas e auditamos 114 establecementos franquiciados.

Así mesmo, na selección dos nosos provedores esiximos nalgúns casos o cumprimento de estándares en materia ambiental ou de benestar animal superiores á lexislación. Así, en 2022 contamos con 239 provedores de produtos ecolóxicos ou con outros selos en sostibilidade como FSC®, PEFC, SFI, MSC, GGN ou Cosmos Natural. Supoñen un 7% do total de provedores comerciais.

Provedores aos que se lles esixiu unha certificación de sostibilidade ambiental para ser seleccionados

Número de provedores con selos de sostibilidade ambiental
% respecto ao total de provedores comerciais

2022	2021	2020
243	319	331
7%	8%	8%

Loxística moderna e ecoeficiente

Contamos cunha rede loxística composta por 23 plataformas propias e 10 plataformas de terceiros, polas que transitan os nosos camións para abastecer a tódolos establecementos do Grupo en todo o país. En total, supoñen 384.034 m² de superficie de almacén, dende onde distribuímos ata un millón de caixas ao día.

A especialización e o compromiso son parte do noso modelo 'contigo' que se materializa no empeño por ofrecer produtos frescos da maior calidade xunto á máis ampla gama de produtos locais. Neste sentido, continuamos en 2022 cun proxecto global de redeseño do mapa de plataformas de produtos frescos, que busca a modernización e a mellora da eficiencia da nosa cadea de valor. Con este proxecto traballamos na renovación física das instalacións para proveelas de tecnoloxía punteira que permita un tratamento óptimo de cada tipo de produto fresco, en termos de temperatura, manipulación e almacenamento.

Estas novas instalacións modernas e eficientes permítennos ter capacidade de crecemento e de transformación ante posibles futuras demandas dos clientes (aperturas, crecementos de gama, comercio *online*, máis produto local, etc.)

Ademais, os inmobles están deseñados baixo estritos estándares de ecoeficiencia e de sostibilidade, para que sexan respectuosos co medio ambiente, estean actualizados con cámaras frigoríficas máis eficientes e se optimice o confort e a seguridade laboral das persoas que traballan neles.

Proba diso son os centros loxísticos de CAPRABO na ZAL Port de El Prat de Llobregat, inaugurado en 2020, e la plataforma Jundiz Berria, inaugurada en 2021 en Vitoria-Gasteiz, que obtiveron a certificación medioambiental LEED Gold, un selo de calidade internacional que se outorga aos edificios líderes en eficiencia enerxética e respectuosos co medio ambiente. Os criterios e construción LEED Gold inclúen a produción de enerxía fotovoltaica e a eficiencia no uso de auga e da xeración de auga quente sanitaria. Tamén se toman en conta medidas como os sistemas de monitorización de consumos, os refrixerantes ecolóxicos, os xardíns con especias autóctonas e a reciclaxe dos materiais usados na súa construción.

Na liña de avanzar na folla de ruta cara a neutralidade de carbono, continuamos en 2022 coa remodelación da plataforma de produtos frescos de San Agustín de Guadalix (Madrid). As melloras fan que sexa máis eficiente no consumo enerxético, con medidas como o uso de iluminación LED. Ademais, implantamos un sistema fotovoltaico de autoxeración de enerxía para avanzar cara ao uso de electricidade de orixe 100% renovable.

Por outro lado, no segundo semestre de 2022 puxemos en marcha a plataforma de frescos de VEGALSA-EROSKI, que se suma ás instalacións do polígono industrial de Sigüeiro. Esta nova plataforma conta con tecnoloxías ecoeficientes e respectuosas co medio ambiente, como o sistema de refrixeración por CO₂ transcrito como substituto do freón (o CO₂ ao ser un refrixerante natural ten un menor impacto no cambio climático). Ademais, as instalacións inclúen a automatización de parte dos procesos, o que redundará en beneficio do tratamento ao produto fresco que chega aos supermercados e na mellora de calidade do traballo. Tras o seu arranque, dispoñemos da infraestrutura loxística máis grande do sector da alimentación en Galicia, con 51.000 metros cadrados.

Plataformas loxísticas que utiliza o Grupo EROSKI

Provincia	Plataforma	Tipo	Propiedade
A Coruña	A Coruña	Frescos / Lanzadeira	EROSKI
A Coruña	A Coruña (Pocomaco)	Frescos	EROSKI
A Coruña	Sigüeiro	Integral	EROSKI
Araba/Álava	Aguarín	Non alimentación	EROSKI
Araba/Álava	Jundiz Berria	Frescos	EROSKI
Baleares	Mercapalma	Frescos	EROSKI
Barcelona	Abrera	Alimentación seca	EROSKI
Barcelona	Barcelona	Conxelado	EROSKI
Barcelona	ZAL (El Prat de Llobregat)	Frescos / E-Commerce	EROSKI
Bizkaia	Elorrio	Alimentación seca	EROSKI
Bizkaia	Kortederra	Conxelado	EROSKI
Bizkaia	Zubieta	Frescos	EROSKI
Ibiza	Ibiza (Aeroporto)	Alimentación seca	EROSKI
Ibiza	Ibiza (Ca Na Negreta)	Frescos	EROSKI
Madrid	Ciempozuelos	Alimentación seca	EROSKI
Madrid	San Agustín de Guadalix	Frescos / Conxelado	EROSKI
Mallorca	Son Morro	Alimentación seca	EROSKI
Menorca	Sant Iluis	Alimentación seca	EROSKI
Navarra	Imarcoain	Frescos / Seco local / Lanzadeira	EROSKI
Ourense	Ourense	Lanzadeira	EROSKI
Pontevedra	Porriño	Conxelado	EROSKI
Pontevedra	Vigo	Lanzadeira	EROSKI
Zaragoza	Zaragoza	Integral	EROSKI
Barcelona	Miquel	Compra en orixe	Operador
Bizkaia	Etxebarri	Lanzadeira	Operador
Cantabria	Santander	Lanzadeira	Operador
Granada	Juncaril	Lanzadeira	Operador
Xaén	Bailén	Lanzadeira	Operador
A Rioxa	Logroño	Lanzadeira	Operador
Málaga	Mercamalaga	Integral / Lanzadeira	Operador
Murcia	Torres	Compra en orixe / Lanzadeira	Operador
Navarra	Castejón	Compra en orixe	Operador
Valencia	Picassent	Lanzadeira	Operador

Loxística sostible

Aliñados co noso compromiso medioambiental, en 2022 logramos a segunda estrela Lean&Green, que outorga a Asociación de Fabricantes e Distribuidores (AECOC), por ter alcanzado unha redución do 32% das nosas emisións de gases de efecto invernadoiro nos procesos de loxística e transporte no exercicio 2021 respecto ao de 2015. Superamos o obxectivo fixado do 30% un ano antes do prazo establecido.

Seguimos avanzando na mellora das nosas operacións loxísticas para reducir un 5% máis en dous anos e conseguir así a terceira estrela Lean&Green, a través das seguintes iniciativas:

Procesos óptimos e eficientes

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

Loxística inversa

- Valorización e xestión dos residuos xerados nas tendas, aproveitando os mesmos camións que retornan ás plataformas para transportalos e así lograr reducir o impacto medioambiental deste proceso. Esta medida enmárcase, ademais, dentro do noso obxectivo de desperdicio cero que inclúe a recollida e tratamento de tódolos subprodutos orgánicos e inorgánicos para o seu correcto reciclado.
- Incorporación de vehículos eléctricos. En 2022 puxemos en circulación o noso primeiro camión de reparto 100% eléctrico para realizar a distribución urbana na cidade de Pamplona.
- Renovación dos vehículos da flota, eliminando progresivamente os camións máis antigos.
- Vehículos e conducción menos contaminantes.
- Incorporación de vehículos con combustibles alternativos como o gas natural licuado e comprimido.

Plataformas máis sostibles

- Compra de enerxía verde.

- Uso de iluminación LED, detectores de presencia, 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.

Optimización da loxística urbana

- Realizamos esforzos para optimizar a loxística de transporte e distribución para minimizar o impacto medioambiental que xera esta actividade nas cidades. Neste sentido, consensuamos protocolos de descarga con varios concellos, incluíndo a validación de autorizacións. En 2022 destaca a colaboración co Concello de Pamplona para realizar as cargas e descargas buscando conxuntamente a mellora da mobilidade urbana e do aprovisionamento e servizo ás tendas.
- Con respecto á contaminación acústica, incorporamos medidas como a distribución nocturna con camións ecoeficientes nas zonas de Madrid, Mallorca e CAPRABO. Estes vehículos, ademais de reducir as emisións de gases de efecto invernadoiro, son máis silenciosos polo que baixan os niveis de emisión sonora. Ademais, en Zaragoza e Bilbao incorporamos axudantes nas descargas para facilitalas e realizala dunha forma máis áxil.
- Para garantir que o proceso de distribución en horario nocturno sexa o menos contaminante posible e que os niveis de emisión sonora estean por debaixo das restricións locais, implementáronse unha serie de medidas en diferentes fases. Por un lado, coidamos que cada local conte cos sistemas de peche, as alarmas sectorizadas e o alisamento acústico de forma óptima. Igualmente, tomamos en conta o equipamento necesario como carretillas, traspaleas silenciosas ou salvabordos. Por último, co obxectivo de corrixir desviacións, puxemos en marcha procesos de auditoría internos para detectalas e comprobar o cumprimento dos protocolos de traballo establecidos.
- Co transporte de última milla, incorporamos un sistema de optimización de rutas para ser máis eficientes e sostibles.

Innovación para adaptarnos ás novas tendencias

Durante os últimos anos aprendemos que as circunstancias que nos rodean poden cambiar sen previo aviso. Unha pandemia mundial, un conflito armado como o de Ucraína ou o aumento imparable da inflación son os retos máis recentes aos que nos enfrontamos dende a sociedade e dende as empresas. En EROSKI cremos que a mellor forma de estar preparados ante os diferentes escenarios de incerteza que poidan xurdir é contar cunha gran capacidade de adaptación e de escoita para poder incorporar á nosa estratexia as necesidades demandadas polos nosos grupos de interese e as tendencias xurdidas no sector.

Así, durante 2022 vimos como se consolidaban as tendencias que a pandemia acelerou en 2020. Neste último exercicio tamén destacamos que a conveniencia, é dicir, a experiencia de compra fácil e rápida, foi unha das tendencias ás que máis atención prestamos dende o ámbito da innovación.

Así mesmo, observamos:

- **Un avance na dixitalización de servizos:** Progreso no deseño de novos servizos que permitan unha compra máis conveniente, é dicir, máis fácil e rápida para tódolos nosos clientes a través das novas ferramentas dixitais.
- **Innovación en novos produtos:** Os nosos clientes están demandando innovación nos produtos nos nosos lineais para ter unha oferta máis saudable e sostible. Isto leva un esforzo de identificación e adecuación de artigos que estamos levando a cabo na actualidade.
- **Circularidade dos envases:** As novas normativas e a maior sensibilización dos clientes esixen avances na busca de materiais alternativos ao plástico convencional e a mellora da súa reciclabilidade, así como en sistemas de venda baseados na reutilización e o granel.
- **Conversión de residuos a recursos:** As novas normativas e a necesidade dun modelo de economía circular potencia a busca de saídas rendibles e sostibles aos excedentes e residuos xerados.
- **Maior relevancia da accesibilidade e adaptación para o colectivo sénior:** Esta tendencia viuse impulsada ante as demandas do colectivo fronte a outros sectores.
- **Impacto social:** Maior papel no desenvolvemento das comunidades locais.
- **Cadeas de subministración:** Cadeas de subministración máis fortalecidas, áxiles e adaptables a cambios repentinos na demanda ou ante rupturas de stock.

- **Aposta polas promocións e estratexia 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.** Débese principalmente á baixada do consumo na canle HORECA. Isto leva adaptacións puntuais da gama nos lineais e xera incerteza de canto tempo se debe manter.
- **Preferencia polos produtos frescos e locais:** Tamén hai unha maior fixación por unha alimentación máis saudable e sostible.
- **Aumento da compra de proximidade:** Á vez diminúen os desprazamentos.

Pana canalizar estas tendencias e demandas, contamos co modelo EKINN, un conxunto de metodoloxías, ferramentas e dinámicas en clave de innovación integradas na organización para impulsar a evolución do seu posicionamento diferencial.

Nesta mesma liña, impulsamos a innovación aberta como un dos principais motores de cambio da organización e a colaboración con *startups*, centros tecnolóxicos, universidades, provedores e clientes é o eixe fundamental da nosa forma de facer.

Desta forma, en 2022 destinamos máis de 11,7 millóns de euros a proxectos de innovación e desenvolvemento, participando en 20 iniciativas de innovación en colaboración, 9 delas en proxectos de colaboración europeos con centros tecnolóxicos, universidades e *startups* de todo o continente.

Proxectos de innovación nos que avanzamos en 2022

Avance na dixitalización

- **DIGIFRESH:** Proxecto EIT Food que mide a trazabilidade de frío para a fresa e a leituga.
- **Innstore:** Sistema de Intelixencia Artificial colaborativa para a xestión de inventario no sector da distribución.
- **aiXia:** Sistema de Intelixencia Artificial estratéxico.
-

Innovación en novos produtos

- **Straight2Market:** Proxecto EIT Food para introducir nos mercados e supermercados produtos alimenticios novos ou mellorados dende o punto de vista nutricional e sostible.

- **NEWGASTRO:** Novas solucións culinarias para unha alimentación saudable.

Circularidade dos envases

- **InformPack:** Proxecto EIT Food de compromiso público e creación conxunta dun ecosistema europeo para un envasado de alimentos máis sostible.
- **SISTERS:** Proxecto Green Deal para mellorar a sustentabilidade dos envases utilizados para preservar alimentos e reducir os seus impactos negativos.
- **REDYSING:** Proxecto Horizon Europe que busca impulsar procesos eficientes e innovadores no uso dos recursos para a produción e circularidade dos envases de madeira para alimentos frescos.
- **BOTTLE4FLEX:** Desenvolvemento dun *film* sostible flexible.
-

Conversión de residuos a recursos

- **ZeroW:** Proxecto Green Deal para implementar nove Systemic Innovation Living Labs (SILL) na cadea de valor para conseguir unha sustentabilidade ambiental e económica a longo prazo.
- **FOODRUS:** Proxecto Horizon 2020 para atopar solucións circulares para sistemas alimentarios resistentes.
- **ToNoWaste:** Proxecto Horizon Europe destinado a fomentar unha nova mentalidade de cero desperdicio de alimentos baseada no enfoque holístico.
- **ZEROWASTE:** Desenvolvemento por Tecnalía Envases e centrado no uso de tecnoloxías de visión artificial para reducir o desperdicio alimentario.
-

Preferencia polos produtos frescos e locais

- **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).

Participación en alianzas e asociacións

GRI 2-28

Cremos que é mellor avanzar en compañía que en solitario. De feito, compartir obxectivos e metas con actores clave do sector, das administracións públicas ou da sociedade fai que poidamos xerar valor compartido aos nosos grupos de interese. Con este fin, colaboramos con diferentes asociacións:

Como cooperativa e asociación de consumidores

- Grupo cooperativo MONDRAGON.
- Confederación de Cooperativas de Euskadi (KONFEKOOP). Como membros de KONFEKOOP ademais pertencemos a:
 - Elkar-Lan S. Coop. – Sociedade para a promoción de cooperativas
 - Consello Superior de Cooperativas de Euskadi (CSCE-EKGK)
- Instituto Vasco de Consumo (Kontsumobide)
- WorLan (Asociación sen ánimo de lucro para o fomento de empresas da economía social).
- Confederación Española de Cooperativas de Consumidores e Usuarios (HISPACOOOP). Como membros de HISPACOOOP estamos presentes:
 - 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 do 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 pola Sustentabilidade (IZAITE).
- Asociación Empresarial de l'Hospitalet e Baix Llobregat (AEBALL).
- Asociación Empresarios Hostelería 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 de O 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 Nordés (A Coruña).
- Club financeiro de Vigo (Círculo de Empresarios de Galicia).
- Clúster Agroalimentario de Navarra
- Clúster Agroalimentario do País Vasco.
- Clúster Alimentario de Galicia.
- Clúster Saúde de Galicia (CSG).
- Comisión de Comercio da Cámara de España (en representación de Mondragon).
- Comité rexional 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 Ortegál.
- Confederación de Empresarios de Navarra (CEN).
- Confederación de Empresarios de Ourense (CEO).
- Confederación Empresarios Coruña (CEC).
- Confederación Empresarios Galicia (CEG).
- Consello Asesor da Sociedade de Desenvolvemento de Navarra (SODENA).
- ECOEMBES.
- ESADE (Universidade Ramon Llull).
- Federación Asturiana de Empresarios (FADE).
- Federación Patronal de Empresarios de Comercio de Baleares (AFEDECO).
- Federació de la Petita i Mitjana Empresa d'Eivissa i Formentera (PIMEEF)
- Foment del Treball Nacional.
- Asociación Empresarial de Comerciantes de Menorca (ASCOME).
- Fundación Abadía de Montserrat.
- Fundación AZTI.
- Fundación Basque Culinary Center.
- Fundación Impulsa Balears.
- 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 coas persoas traballadoras



O noso equipo

- Somos **27.308 profesionais**.
- 9.500 Socios/as Traballadores/as.
- O **77%** do persoal son **mulleres** e ocupan o **74%** dos postos de **responsabilidade**.
- O **89%** dos nosos profesionais conta con **contrato indefinido**.
- **242.445** horas de formación impartidas durante 2022.

Compromiso e cultura cooperativa

GRI 2-7

Para EROSKI, a responsabilidade social é un valor compartido por toda a organización cuxa xestión se sitúa en directa

dependencia da Dirección Xeral. 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 (ver páx. 59 para máis información sobre a responsabilidade social na nosa cadea de valor).

Pola nosa natureza como empresa cooperativa, a xestión de persoas na nosa organización caracterízase pola particularidade de que somos traballadores e traballadoras, pero tamén propietarios e propietarias: 9.500 persoas do persoal de EROSKI somos Socias e Socios Traballadores (o 35% del total), o que nos fai participantes na xestión cooperativa da empresa. Esta condición fai que o Grupo EROSKI se distinga respecto de outras empresas de distribución por unha actitude proactiva e un elevado nivel de compromiso co proxecto, que se reflicten no desempeño en tódolos niveis da organización.

A través do traballo en equipo, soubemos superar tódolos retos que, como empresa e sociedade, tivemos que afrontar, e estamos preparados para asumir os novos desafíos que están por vir, sempre centrados no noso compromiso 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 ás súas necesidades.
8. Melloramos continuamente as condicións do traballo para garantir unha calidade de vida adecuada.
9. Practicamos a solidariedade externa para devolver á sociedade o que nos achega.
10. Aspiramos ao máximo nivel de profesionalización.

Emprego de calidade

GRI 2-7; 2-30; 401-I; 402-I; 405-I; 3-3

O emprego que xeramos responde ao noso modelo de xestión e ao noso compromiso co persoal, coa clientela e coa propia sociedade, e por iso esforzámonos para que sexa estable e de calidade.

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.

Como mostra do noso compromiso co emprego de calidade, cabe destacar que o 89% do emprego creado por EROSKI en 2022 foi de carácter fixo. Se ben a nosa porcentaxe de contratos permanentes sempre foi elevado (78% en 2021), este ano obsérvase incluso un certo incremento debido principalmente á afectación na orde xurídica laboral ou as relacións laborais pola entrada en vigor do Real Decreto Lei 31/2021 de 28 de decembro de 2021 de medidas urxentes para a reforma laboral, a garantía da estabilidade no emprego e la transformación do mercado de traballo.

Esta normativa impactou de maneira moi relevante nas empresas, principalmente na necesidade de reformular a contratación temporal. Neste sentido, o Grupo EROSKI non foi alleo a este novo contexto regulamentario das relacións laborais e, en coherencia coa súa vocación de xerar emprego de calidade, adoptou as seguintes medidas:

1. Incremento do número de contratos de Socios de Duración Determinada (SDD) nas sociedades de carácter cooperativo.
2. Para o resto das sociedades optouse pola contratación de persoa fixo discontinuo para cubrir as posicións en que a contratación indefinida non é a figura adecuada.

Todo isto supuxo unha variación en canto ao número de altas e de contratación temporal do exercicio 2021 fronte ao exercicio 2022, como se observa na

información de persoas traballadoras presentada a continuación, xa que ambas tipoloxías de contratos (SDD e fixos descontinuos) se reportan como 'contratos permanentes'.

Diálogo social

O 100% das 17.808 persoas traballadoras que non son socios cooperativistas, que supoñen o 65% do persoal total, están cubertas por un convenio colectivo. Existen, en cumprimento da lei e dos procesos de eleccións sindicais que os diferentes sindicatos promoveron durante anos e seguen promocionando, numerosos comités de empresa nas diferentes sociedades, algúns por centro de traballo (hipermercados, plataformas e sedes), outros por agrupación de centros (por provincia). Existen dous comités intercentros que representan aos dous principais negocios, o Comité Intercentros de Supermercados e o Comité Intercentros de Hipermercados, aos que acode a Dirección de Relacións Laborais.

Aplicamos principalmente dous convenios colectivos: un de empresa e outro de sector. O de sector é o de grandes almacéns e actualízase en 2023. A negociación lévase a cabo cos sindicatos dende a patronal (en concreto, a Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución, ANGED), a través da cal articulamos o exercicio do diálogo social.

No que respecta ao convenio colectivo de supermercados EROSKI, segue vixente en 2023. Pero estase negociando á par nunha comisión negociadora na que mantemos reunións de negociación entre a Dirección de Relacións Laborais e os sindicatos. Así mesmo, durante a vixencia do Convenio hai unha Comisión Paritaria que axuda a interpretar o mesmo.

En xeral, o proceso de diálogo social coas persoas traballadoras non socias cooperativistas é o que marca o Estatuto dos Traballadores para negociar convenios colectivos, ERE, etc.

No caso das Socias/os Traballadores o modelo de comunicación establécese nos Estatutos Sociais e o Regulamento de Réxime Interno, tal e como se presenta no apartado 'Sobre EROSKI' deste informe (páx. 18).

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. Pero sempre cumprimos os prazos establecidos na lexislación. Neste sentido, en España os prazos de preaviso nos convenios colectivos están suxeitos ao que establece a normativa (Estatuto de Traballadores).

Persoas traballadoras por sexo

	2022		2021		2020	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Muller	21.039	77%	21.905	77%	22.964	77%
Home	6.269	23%	6.448	23%	6.842	23%
Total	27.308		28.353		29.806	
Empregos estimados en franquías	3.663		3.627		3.348	

Tódolos datos de empregados corresponden á data fin de exercicio: 31 de xaneiro de 2023.

Persoas traballadoras socias e suxeitas a convenio colectivo

	2022		2021		2020	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Socios Traballadores	9.500	35%	9.058	32%	8.954	30%
Suxeitos a convenio colectivo ¹	17.808	65%	19.295	68%	20.852	70%

Persoas traballadoras por franxa de idade

	2022		2021		2020	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
< 30	3.891	14%	4.106	15%	4.788	16%
30-50	14.871	55%	16.184	57%	17.555	59%
< 50	8.546	31%	8.063	28%	7.463	25%

Persoas traballadoras por categoría profesional

	2022		2021		2020	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Directivo/a	52	0,2%	56	0,2%	38	0,1%
Xestor/a	288	1,1%	299	1,1%	309	1,0%
Mando	1.482	5,4%	1.485	5,2%	1.513	5,1%
Profesional	21.586	79,0%	22.610	79,7%	23.998	80,5%
Responsable	2.814	10,3%	2.799	9,9%	2.840	9,5%
Técnico/a	10.86	4,0%	1.104	3,9%	1.108	3,7%

Persoas traballadoras por comunidade autónoma

	2022	2021	2020
Andalucía	208	188	261
Aragón	903	938	987
Asturias	479	515	501
Cantabria	335	368	384
Castela-A Mancha	3	5	135
Castela e León	620	670	643
Cataluña	4.980	5.358	5.732
Comunidade Valenciana	15	17	78
Estremadura	2	1	4
Galicia	6.231	5.966	5.763
Illas Baleares	2.492	2.436	2.489
A Ríoxa	321	321	349
Madrid	285	262	263
Murcia	6	6	64
Navarra	1.413	1.499	1.699
País Vasco	9.015	9.803	10.454

Persoas traballadoras por modalidade de contrato

	2022		2021		2020	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Permanente	2.4171	89%	22.244	78%	21.962	74%
Temporal	3.137	11%	6.109	22%	7.844	26%

Persoas traballadoras por contrato, sexo, idade e categoría profesional

	2022				2021				2020			
	Perma- nente	% perm.	Tempo- ral	% temp.	Perma- nente	% perm.	Tempo- ral	% temp.	Perma- nente	% perm.	Tempo- ral	% temp.
Por sexo												
Muller	18.785	77,7%	2.254	71,9%	17.588	79,1%	4.317	70,7%	17.399	79,2%	5.565	70,9%
Home	5.386	22,3%	883	28,1%	4.656	20,9%	1.792	29,3%	4.563	20,8%	2.279	29,1%
Por idade												
< 30	2.435	10,1%	1.456	46,4%	1.326	6,0%	2.780	45,5%	1.133	5,2%	3.655	46,6%
30-50	13.509	55,9%	1.362	43,4%	13.446	60,4%	2.738	44,8%	1.4111	64,3%	3.444	43,9%
< 50	8.227	34,0%	319	10,2%	7.472	33,6%	591	9,7%	6.718	30,6%	745	9,5%

Por categoría profesional	2022				2021				2020			
	Perma-nente	% Tempo-ral perm.	% temp.		Perma-nente	% Tempo-ral perm.	% temp.		Perma-nente	% Tempo-ral perm.	% temp.	
Directivo/a	52	0,2%	0	0,0%	56	0,3%	0	0,0%	38	0,2%	0	0,0%
Xestor/a	287	1,2%	1	0,0%	298	1,3%	1	0,0%	309	1,4%	0	0,0%
Mando	1.470	6,1%	12	0,4%	2.762	12,4%	37	0,6%	2.808	12,8%	32	0,4%
Profesional	18.521	76,6%	3.065	97,7%	1.051	4,7%	53	0,9%	1.038	4,7%	70	0,9%
Responsable	2.781	11,5%	33	1,1%	16.615	74,7%	5.995	98,1%	16.301	74,2%	7.697	98,1%
Técnico/a	10.60	4,4%	26	0,8%	1.462	6,6%	23	0,4%	1.468	6,7%	45	0,6%

Persoas traballadoras por contrato e por comunidade autónoma

	2022		2021		2020	
	Permanente	Temporal	Permanente	Temporal	Permanente	Temporal
Andalucía	193	15	161	27	216	45
Aragón	795	108	754	184	732	255
Asturias	369	110	387	128	383	118
Cantabria	300	35	286	82	284	100
Castela-A Mancha	3	0	5	0	106	29
Castela e León	554	66	510	160	502	141
Cataluña	4.549	431	4.465	893	4.488	1.244
C. Valenciana	15	0	16	1	69	9
Estremadura	2	0	1	0	2	2
Galicia	5.260	971	4.467	1.499	4.274	1.489
Illas Baleares	2.256	236	2.058	378	1.972	517
Illas Canarias	0	0	0	0		
A Rioxa	289	32	261	60	261	88
Madrid	241	44	215	47	206	57
Murcia	6	0	6	0	62	2
Navarra	1.260	153	1.201	298	1.200	499
País Vasco	8.079	936	7.451	2.352	7.205	3.249

Media anual de persoas traballadoras por modalidade de contrato

	2022		2021		2020	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Permanente	23.727	85%	21.721	75%	21.678	73%
Temporal	4.243	15%	7.130	25%	8.222	27%
Total	27.970		28.851		29.900	

Variación de persoas traballadoras con contrato temporal por estacionalidade¹

Traballadores temporais	2022		2021		2020	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Verán	5.074	19%	8.314	29%	8.897	30%
Nadal	3.555	13%	6.454	23%	7.617	26%

¹ Corresponde á media de traballadores contratados en agosto e en decembre, que son os dos momentos do ano en que, por vacacións do persoal permanente e por reforzo ante a carga de traballo da campaña de Nadal, respectivamente, se incrementa o número de traballadores temporais.

Media anual de persoas traballadoras por contrato, sexo e categoría profesional¹

Por sexo	2022				2021				2020			
	Perma-nente	% perm.	Tempo-ral	% temp.	Perma-nente	% perm.	Tempo-ral	% temp.	Perma-nente	% perm.	Tempo-ral	% temp.
Muller	18.496	78,0%	2.945	69,4%	17.167	79,0%	5.013	70,3%	17.173	79,2%	5.724	69,6%
Home	5.231	22,0%	1.298	30,6%	4.554	21,0%	2.117	29,7%	4.505	20,8%	2.498	30,4%

Por categoría profesional												
Directivo/a	73	0,3%	0	0,0%	74	0,3%	1	0,0%	59	0,3%	1	0,0%
Xestor/a	292	1,2%	0	0,0%	295	1,4%	1	0,0%	309	1,4%	2	0,0%
Mando	1.129	4,8%	10	0,2%	1.139	5,2%	16	0,2%	1.134	5,2%	19	0,2%
Profesional	18.473	77,9%	4.146	97,7%	16.454	75,8%	6.984	98,0%	16.426	75,8%	8.056	98,0%
Responsable	2.712	11,4%	51	1,2%	2.724	12,5%	65	0,9%	2.736	12,6%	65	0,8%
Técnico/a	1.048	4,4%	36	0,9%	1.035	4,8%	63	0,9%	1.014	4,7%	79	1,0%

¹ Os nosos sistemas de información non recollen actualmente os datos medios por idade. En xaneiro de 2023 comezouse a súa medición para poder presentalos en próximos exercicios.

Persoas traballadoras por tipo de xornada

	2022		2021		2020	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Completa	18.781	69%	18.653	66%	18.936	64%
Parcial	8.527	31%	9.700	34%	10.870	36%

Non hai diferenza nos beneficios ofrecidos aos empregados en función do seu tipo de xornada.

Persoas traballadoras por xornada, sexo, idade e categoría profesional

Por sexo	2022				2021				2020			
	Comple- ta	% comp.	Parcial	% parc.	Comple- ta	% comp.	Parci- al	% parc.	Comple- ta	% comp.	Parcial	% parc.
Muller	13.368	71,2%	7.671	90,0%	13.221	70,9%	8.684	89,5%	13.330	70,4%	9.634	88,6%
Home	5.413	28,8%	856	10,0%	5.432	29,1%	1.016	10,5%	5.606	29,6%	1.236	11,4%

Por idade

< 30	2.294	12,2%	1.597	18,7%	2.163	11,6%	1.943	20,0%	2.357	12,4%	2.431	22,4%
30-50	9.859	52,5%	5.012	58,8%	10.336	55,4%	5.848	60,3%	11.030	58,2%	6.525	60,0%
> 50	6.628	35,3%	1.918	22,5%	6.154	33,0%	1.909	19,7%	5.549	29,3%	1.914	17,6%

Por categoría profesional

Directivo/a	52	0,3%	0	0,0%	56	0,3%	0	0,0%	38	0,2%	0	0,0%
Xestor/a	287	1,5%	1	0,0%	296	1,6%	3	0,0%	306	1,6%	3	0,0%
Mando	1.410	7,5%	72	0,8%	1.396	7,5%	89	0,9%	1.406	7,4%	107	1,0%
Profesional	13.511	71,9%	8.075	94,8%	13.401	71,8%	9.209	94,9%	13.688	72,3%	10.311	94,9%
Responsable	2.533	13,5%	281	3,3%	2.520	13,5%	279	2,9%	2.523	13,3%	317	2,9%
Técnico/a	988	5,3%	98	1,1%	984	5,3%	120	1,2%	975	5,1%	132	1,2%

Media anual de persoas traballadoras por tipo de xornada

	2022		2021		2020	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Completa	18.995	68%	18.667	65%	19.051	64%
Parcial	8.975	32%	10.184	35%	10.849	36%

Media anual de persoas traballadoras por xornada, sexo e categoría profesional¹

Por sexo	2022				2021				2020			
	Com-pleta	% comp.	Parcial	% parc.	Comple-ta	% comp.	Parcial	% parc.	Comple-ta	% comp.	Parcial	% parc.
Muller	13.410	70,6%	8.031	89,5%	13.118	70,3%	9.062	89,0%	13.326	69,9%	9.571	88,2%
Home	5.585	29,4%	9.44	10,5%	5.549	29,7%	1.122	11,0%	5.725	30,1%	1.278	11,8%

Por categoría profesional

Directivo/a	73	0,4%	0	0,0%	74	0,4%	1	0,0%	58	0,3%	2	0,0%
Xestor/a	291	1,5%	1	0,0%	293	1,6%	3	0,0%	307	1,6%	4	0,0%
Mando	1.110	5,8%	29	0,3%	1.119	6,0%	36	0,4%	1103	5,8%	50	0,5%
Profesional	14.010	73,8%	8.609	95,9%	13.665	73,2%	9.773	96,0%	14.098	74,0%	10.384	95,7%
Responsable	2.532	13,3%	231	2,6%	2.538	13,6%	251	2,5%	2.524	13,2%	277	2,6%
Técnico/a	979	5,2%	105	1,2%	978	5,2%	120	1,2%	961	5,0%	132	1,2%

¹ Os nosos sistemas de información non recollen actualmente os datos medios por idade. En xaneiro de 2023 comezouse a súa medición para poder presentalos en próximos exercicios.

Persoas traballadoras con discapacidade por categoría profesional

	2022		2021		2020	
	Nº	1	Nº	1	Nº	1
Directivo/a	0	0,0%	1	0,3%	1	0,3%
Xestor/a	2	0,6%	2	0,5%	2	0,5%
Mando	17	4,9%	22	6,0%	25	6,8%
Profesional	301	86,5%	313	85,3%	310	83,8%
Responsable	23	6,6%	23	6,3%	26	7,0%
Técnico/a	5	1,4%	6	1,6%	6	1,6%
Total	348		367		370	

¹ Porcentaxe respecto ao total de persoas con discapacidade.

Número e índice de contratacións por sexo e idade

Por sexo	2022		2021		2020	
	Nº	Índice ¹	Nº	Índice ¹	Nº	Índice ¹
Muller	4.640	22,1%	1.355	6,2%	1.985	8,6%
Home	2181	34,8%	496	7,7%	467	6,8%

Por idade	2022		2021		2020	
	Nº	Índice ¹	Nº	Índice ¹	Nº	Índice ¹
< 30	3.074	79,0%	693	16,9%	462	9,6%
30-50	3.052	20,5%	1.035	6,4%	1.544	8,8%
> 50	695	8,1%	123	1,5%	446	6,0%
Total	6.821	25%	1.851	7%	2.452	8%

¹ El índice de contratacións corresponde á porcentaxe de contratacións respecto ao total de empregados para esa clasificación por sexo, idade ou total.

Número e índice de contratacións por Comunidade Autónoma

	2022		2021		2020	
	Nº	Índice	Nº	Índice	Nº	Índice
Andalucía	21	10,1%	7	3,7%	64	24,5%
Aragón	176	19,5%	42	4,5%	58	5,9%
Asturias	74	15,4%	19	3,7%	39	7,8%
Cantabria	51	15,2%	13	3,5%	17	4,4%
Castela-A Mancha	0	0,0%	0	0,0%	53	39,3%
Castela e León	113	18,2%	31	4,6%	22	3,4%
Cataluña	1.244	25,0%	316	5,9%	197	3,4%
Comunidade Valenciana	14	93,3%	0	0,0%	64	82,1%
Estremadura	1	50,0%	0	0,0%	0	0,0%
Galicia	1.175	18,9%	353	5,9%	309	5,4%
Illas Baleares	1.704	68,4%	218	8,9%	277	11,1%
A Rioxa	53	16,5%	19	5,9%	17	4,9%
Madrid	15	5,3%	8	3,1%	6	2,3%
Murcia	0	0,0%	0	0,0%	56	87,5%
Navarra	305	21,6%	113	7,5%	171	10,1%
País Vasco	1.875	20,8%	712	7,3%	1.102	10,5%

Número e índice de rotacións (saída voluntaria, despido, xubilación ou falecemento) por sexo e franxa de idade

Por sexo	2022		2021		2020	
	Nº	Índice ¹	Nº	Índice ¹	Nº	Índice ¹
Muller	617	2,9%	586	2,7%	426	1,9%
Home	344	5,5%	238	3,7%	161	2,4%

Por idade	2022		2021		2020	
	Nº	Índice ¹	Nº	Índice ¹	Nº	Índice ¹
< 30	467	12,0%	150	3,7%	65	1,4%
30-50	324	2,2%	427	2,6%	307	1,7%
< 50	170	2,0%	247	3,1%	215	2,9%
Total	961	4%	824	3%	587	2%

¹ El índice de rotacións corresponde á porcentaxe de rotacións respecto ao total de empregados para esa clasificación por sexo, idade ou total.

Número e índice de rotacións por Comunidade Autónoma

	2022		2021		2020	
	Nº	Índice ¹	Nº	Índice ¹	Nº	Índice ¹
Andalucía	0	0,0%	4	2,1%	9	3,4%
Aragón	22	2,4%	16	1,7%	13	1,3%
Asturias	12	2,5%	7	1,4%	16	3,2%
Cantabria	10	3,0%	6	1,6%	5	1,3%
Castela-A Mancha	0	0,0%	66	1320,0%	4	3,0%
Castela e León	20	3,2%	11	1,6%	5	0,8%
Cataluña	290	5,8%	225	4,2%	181	3,2%
C. Valenciana	4	26,7%	50	294,1%	2	2,6%
Extremadura	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Galicia	88	1,4%	112	1,9%	98	1,7%
Illas Baleares	299	12,0%	114	4,7%	70	2,8%
Illas Canarias	0	0,0%	0	0,0%	43	100,0%
A Rioxa	10	3,1%	8	2,5%	3	0,9%
Madrid	4	1,4%	9	3,4%	5	1,9%
Murcia	0	0,0%	0	0,0%	2	3,1%
Navarra	36	2,5%	50	3,3%	32	1,9%
País Vasco	166	1,8%	146	1,5%	99	0,9%

Despidos por sexo, franxa de idade e categoría profesional

Por sexo	2022		2021		2020	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Mulleres	303	73,0%	304	71,4%	220	67,9%
Homes	112	27,0%	122	28,6%	104	32,1%

Por idade	2022		2021		2020	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
< 30	58	14,0%	42	9,9%	25	7,7%
30-50	227	54,7%	265	62,2%	203	62,7%
> 50	130	31,3%	119	27,9%	96	29,6%
Por Categoría Profesional						
Directivo/a	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Xestor/a	4	1,0%	7	1,6%	10	3,1%
Mando	26	6,3%	26	6,1%	26	8,0%
Profesional	339	81,7%	318	74,6%	200	61,7%
Responsable	41	9,9%	57	13,4%	74	22,8%
Técnico/a	5	1,2%	18	4,2%	14	4,3%
Total	415		426		324	

Solidariedade retributiva

GRI 2-19; 2-20; 2-21; 202-1; 405-2; 3-3

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 abano salarial en 2021 foi de 8,39. 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 7,9. Esta cociente difire considerablemente das empresas do IBEX 35, onde, segundo datos de 2021, as primeiras persoas executivas perciben de media 89,6 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 do talento, 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 3,5% superior ao salario mínimo interprofesional en España.

A nivel externo, a solidariedade retributiva implica que a remuneración do Consello de Dirección é entre un 68% e un 77% inferior respecto ao valor do mercado. Así, durante 2022, a remuneración total comparable co mercado do presidente e os membros do Consello de Dirección foi, en conxunto, de 1.111.464 euros. Este importe diminúe lixeiramente respecto a 2021 (1.117.920 euros) e aumenta respecto a 2020 (679.332 euros), debido a un incremento no número de persoas que compoñen o Consello de Dirección para adecuarnos ás necesidades estratéxicas da organización. En calquera caso, a remuneración media do noso Consello de Dirección baixou de forma progresiva cada ano, correspondendo en 2022 a 108.729 euros. Isto difire considerablemente da realidade das empresas do IBEX 35, nas que a retribución media por conselleiro é 9,8 veces o que percibe de media unha persoa do Consello de Dirección de EROSKI. O cociente da remuneración media do Consello de Dirección coa do resto de empregados é de 3,5 en EROSKI, S. Coop. e de 4,5 no resto das sociedades do Grupo. Mentres que no IBEX 35 o cociente das retribucións medias dos primeiros executivos sobre o salario medio dos seus empregados é de 19,4.

Por outro lado, os membros do Consello Reitor, o noso órgano superior de goberno, non perciben retribución fixa nin variable algunha por esta labor (excepto os custos de desprazamentos ás reunións de dito órgano).

Indicadores de solidariedade retributiva interna e externa

	2022		2021		2020	
	EROSKI, S. Coop	Resto de sociedades	EROSKI, S. Coop	Resto de sociedades	EROSKI, S. Coop	Resto de sociedades
Abano salarial	8,39	8,19	8,38	8,22	8,43	8,22
Razón da compensación total anual da persoa mellor pagada fronte á media da compensación total anual do resto de empregados.	7,9	7,0	7,7	6,8	7,8	6,8
Incremento porcentual entre 2021 e 2022 da compensación total anual	Entre 1% e 1,8%	2,5%	Entre 0,42% e 1,02% ¹	1%	1%	Entre 1% e 2,25% no salario base

	2022		2021		2020	
	EROSKI, S. Coop	Resto de sociedades	EROSKI, S. Coop	Resto de sociedades	EROSKI, S. Coop	Resto de sociedades
Cociente do incremento porcentual entre 2021 e 2022 da compensación total anual da persoa mellor pagada fronte á media do incremento porcentual da compensación total anual de tódolos empregados	1	1	0,99	1	1	1
Cociente entre a retribución media dos membros do Consello de Dirección e directivos e o resto de empregados	3,5	4,5	3,5	4,4	3,8	4,5
Cociente entre o salario base e o salario mínimo interprofesional	+25,7%	+3,5%	+28,1%	+4,6%	+20,61%	+5,2%
Cociente entre a retribución media da alta dirección no IBEX 35 e a retribución media do Consello de Dirección de EROSKI ²	9,80	-	9,53	-	8,00	-
Remuneración media da sociedade (euros)	22.303	18.601	22.351	18.724	20.814	18.629

¹ Ademais, diminuíronse 61 horas do calendario anual.

² Os datos extraírense do informe 'Evolución indicadores de bo goberno do IBEX 35, 2020- 2021' publicado en marzo de 2023 pola Fundación 1º de maio.

Os datos de retribución presentados neste informe inclúen os datos de traballadores fixos e socios (89% do persoal) durante o exercicio. A non inclusión dos traballadores temporais considérase de baixa afectación dada a súa baixa presenza en número na organización. Ademais, nas sociedades distintas a EROSKI, S. Coop. a retribución dos traballadores temporais está regulada polo convenio de referencia segundo o seu grupo profesional, polo que non hai variación cun traballador con contrato permanente. 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). Os datos recollidos para o informe inclúen tódolos complementos salariais fixos exceptuando os complementos variables en referencia ás horas especiais, cuxo impacto se considera mínimo.

O cálculo da fenda salarial realízase seguindo as recomendacións do Ministerio de Igualdade. O resultado é a porcentaxe da diferenza entre a retribución media das mulleres e a dos homes respecto á retribución media dos homes.

Algúns Socios/as de Traballo de EROSKI S. Coop. fan aportacións a un plan de previsión social de Lagun Aro en función do seu anticipo de consumo bruto. A porcentaxe aportada é variable. Ademais, traballadores de CECOSA Supermercados aportan unha cantidade adicional a plans de achega definida.

Fenda salarial

A retribución de referencia por categoría profesional en EROSKI é igualitaria entre homes e mulleres. A fenda salarial, que é moi estreita e se reduce progresivamente, 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 fenda diminúa, grazas á renovación natural dos traballadores e traballadoras dentro da organización e á maior presenza de mulleres en postos de maior responsabilidade dentro da mesma categoría profesional. De feito, dende 2020 a fenda salarial ponderada na cooperativa diminuíu dun 7,4% ao 5,6%.

Remuneración media por sexo e fenda salarial do Consello de Dirección (euros)

	2022		2021		2020	
	Nº	Fenda salarial	Nº	Fenda salarial	Nº	Fenda salarial
Muller	119.733		116.758		108.296	
Home	10.4013		109.664		118.148	
Total	108729	-15%	111.792	-6,%	113.222	8%

Remuneración media (euros) e fenda salarial bruta e ponderada segundo o peso de cada categoría profesional no total de traballadores

	2022		2021		2020	
	EROSKI, S. Coop	Resto de sociedades	EROSKI, S. Coop	Resto de sociedades	EROSKI, S. Coop	Resto de sociedades
Muller	21.329	17.915	21.238	17.864	19.736	17.715
Home	26.824	20.680	27.831	21.545	26.169	21.660
Fenda salarial bruta ¹	20,5%	13,4%	23,7%	17,1%	24,6%	18,2%
Fenda salarial ponderada	5,6%	4,3%	6,7%	6,0%	7,4%	6,5%

¹ O resultado da fenda salarial bruta débese a que o noso grupo profesional maioritario, que é o de 'profesionais' (79% do total), está formado nun 78,7% por mulleres. Por iso incluímos a fenda salarial ponderada polo número de traballadores por categoría profesional. En calquera caso, como se indicou anteriormente, a retribución de referencia por categoría profesional en EROSKI é igualitaria entre homes e mulleres.

Fenda salarial por comunidade autónoma ponderada segundo o peso de cada categoría profesional no total de traballadores¹

	2022		2021		2020	
	EROSKI, S. Coop	Resto de sociedades	EROSKI, S. Coop	Resto de sociedades	EROSKI, S. Coop	Resto de sociedades
Aragón	-	4,5%	-	5,0%	-	5,7%
Baleares	-	4,1%	-	5,7%	-	5,0%
Cataluña	-	0,0%	-	3,2%	-	5,1%
Galicia	-	6,9%	-	8,2%	-	8,6%
Navarra	2,0%	-	-2,2%	-	3,7%	-
País Vasco	6,0%	-	5,3%	-	8,4%	-

¹Móstranse 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 fenda salarial.

Remuneración media (euros) e fenda salarial por sexo e categoría profesional

	2022						2021					
	EROSKI, S. Coop.			Resto de sociedades			EROSKI, S. Coop.			Resto de sociedades		
	Muller	Home	Fenda salarial	Muller	Home	Fenda salarial	Muller	Home	Fenda salarial	Muller	Home	Fenda salarial
Directivo/a ¹	76.293	76.267	0,0%	56.885	83.876	32,2%	74.562	74.747	0,2%	66.107	84.265	21,5%
Xestor/a	48.565	50.446	3,7%	55.917	60.080	6,9%	47.425	49.461	4,1%	56.365	58.816	4,2%
Mando	35.265	3.4941	-0,9%	30.020	34.753	13,6%	34.542	34.451	-0,3%	29.486	33.870	12,9%
Profesional	18.732	20.098	6,8%	16.594	16.977	2,3%	18.488	20.155	8,3%	16.480	17.206	4,2%
Responsable	25.690	26.095	1,5%	19.971	22.641	11,8%	25.261	25.856	2,3%	19.834	22.529	12,0%
Técnico/a	33.972	34.563	1,7%	29.295	31.584	7,2%	33.459	34.032	1,7%	28.942	31.649	8,6%

¹ A categoría 'Directivo/a' inclúe aos membros do Consello de Dirección.

A información de 2020 está na táboa 3 do Anexo.

Remuneración media (euros) e fenda salarial por sexo e franxa de idade

	2022						2021					
	EROSKI, S. Coop.			Resto de sociedades			EROSKI, S. Coop.			Resto de sociedades		
	Muller	Home	Fenda salarial	Muller	Home	Fenda salarial	Muller	Home	Fenda salarial	Muller	Home	Fenda salarial
< 30	18.772	19.268	2,6%	15.216	15.538	2,1%	18.753	19.058	1,6%	15.271	15.757	3,1%
30-50	21.326	25.602	16,7%	17.898	20.130	12,5%	21.210	26.431	19,8%	17.795	20.378	12,7%
< 50	21.822	30.802	29,2%	18.760	24.934	32,9%	21.543	30.760	30,0%	18.413	25.024	26,4%

A información de 2020 está na táboa 4 do Anexo.

Igualdade e diversidade

GRI 2-7; 2-9; 405-1; 3-3

Acabar coas desigualdades supón un proceso de cambio directamente relacionado coa nosa identidade como cooperativa. 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.

Para desenvolver o noso compromiso pola Igualdade e a Diversidade 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 integrámola 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 que en 2022 cumpriu 17 anos.

A comisión, renovada en 2021, está composta por representantes das persoas Socias de traballo da cooperativa e conta con seis áreas de traballo: uso da linguaxe, eliminación de barreiras físicas e saúde, eliminación de barreiras sociais, desenvolvemento persoal e profesionalidade e conciliación da vida persoal e profesional.

Así mesmo, contamos cunha Canle de Denuncia e, dende 2015, cun protocolo contra o acoso sexual no traballo na cooperativa que ofrece un servizo de asesoría confidencial para evitar posibles casos e canalizar calquera incidencia.

Fitos do Plan de Igualdade 2022

En 2022 continuamos realizando un seguimento periódico de revisión do Plan de Igualdade, que inclúe os seguintes piares e accións destacadas este ano:

- **Formación online sobre igualdade de xénero e diversidade** presentada a todas as persoas traballadoras o 8 de marzo e integrada na capacitación de novas incorporacións. O contido formativo inclúe un módulo específico sobre corresponsabilidade. 520 persoas socias realizaron a formación en 2022 (78 homes).
- **Campaña solidaria** a través do programa de doazón Céntimos Solidarios en marzo a favor das mulleres e infancia vítimas da violencia de xénero. Recadáronse máis de 193.000 euros a favor da Fundación Ana Bella e Fondo de Becas Soledad Cazorla/Fundación Mujeres.
- **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.
- **Xornada anual do Observatorio de Igualdade, CÓMPLICES**, para dialogar en torno á diversidade e igualdade en clave de cine. Os seus protagonistas foron Marisa Lafuente, guionista da docuserie 'Nevenka', a actriz e autora Leticia Dolera e o reporteiro de guerra Antonio Pampliega.
- **Campaña de xoguetes non sexistas** na tenda EROSKI de Llodio (Araba/Álava), que consistiu en carteis das seccións de xoguetes, librería y videoxogos, animando a unha compra deste tipo de produtos sen sesgos sexistas.
- **Mulleres que contan** é un programa de EROSKI para divulgar historias reais de mulleres para dar visibilidade a referentes femininos que se abren camiño en campos tradicionalmente masculinos. En 2022 contamos coas testemuñas de Laurita Siles, artista e investigadora que utiliza a lá de ovellas de Karrantza (Bizkaia) para fabricar téxtil usando novas técnicas de fiado; Carmen Huidobro e Belén Hinojar, activistas e *influencers* do medio ambiente creadoras da canle Climabar; e Rosa Carabel, que se converteu na nova máxima responsable de EROSKI.



A Asociación de Empresarias y Directivas de Bizkaia (AED) recoñeceu a traxectoria profesional de Rosa Carabel a exercer o cargo de primeira executiva de EROSKI. Por outro lado, a asociación sen ánimo de lucro Acción Familiar Euskadi (AFAE) recoñeceu a traxectoria de EROSKI propiciando a igualdade de dereitos e oportunidades.

Mesmas oportunidades e responsabilidades

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 2022, porcentaxe moi superior á media do sector.

A presenza de mulleres é tamén maioritaria nos órganos de goberno corporativo, onde o 86% da representación é feminina. Ademais, dende 2021 a Directora Xeral de EROSKI é unha muller, Rosa Carabel.

Actualmente non contamos con persoas con capacidades diferentes nin diversidade funcional no Consello Reitor (órgano superior de goberno) nin no Consello de Dirección.

Distribución por sexo en postos de responsabilidade

	2022		2021		2020	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Muller	3.446	74,3%	3.409	73,5%	3.400	72,3%
Home	1.190	25,7%	1.230	26,5%	1.300	27,7%
Total	4.636		4.639		4.700	

Persoas traballadoras por sexo, categoría profesional e franxa de idade

	2022											
	Directivo/a		Xestor/a		Mando		Profesional		Responsable		Técnico/a	
	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H
< 30	0	0	0	0	14	12	2.374	1.371	40	24	33	23
30 - 50	6	8	57	53	599	229	9.540	2.123	1.430	253	349	224
< 50	12	26	66	112	342	286	5.069	1.109	880	187	228	229
Total	18	34	123	165	955	527	16.983	4.603	2.350	464	610	476

A información de 2021 e 2020 está nas táboas 5 e 6 do Anexo.

Persoas traballadoras por franxa de idade, categoría profesional e sexo

Por idade	2022				2021				2020			
	Muller	% muller	Home	% home	Muller	% muller	Home	% home	Muller	% muller	Home	% home
<30	2.461	63,2%	1.430	36,8%	2.674	65,1%	1.432	34,9%	3.164	66,1%	1.624	33,9%
30-50	11.981	80,6%	2.890	19,4%	13.042	80,6%	3.142	19,4%	14.096	80,3%	34.59	19,7%
>50	6.597	77,2%	1.949	22,8%	6.189	76,8%	1.874	23,2%	5.704	76,4%	1.759	23,6%

Por clasificación profesional	2022				2021				2020			
	Muller	% muller	Home	% home	Muller	% muller	Home	% home	Muller	% muller	Home	% home
Directivo/a	18	34,6%	34	65,4%	18	32,1%	38	67,9%	14	36,8%	24	63,2%
Xestor/a	123	42,7%	165	57,3%	124	41,5%	175	58,5%	121	39,2%	188	60,8%
Mando	955	64,4%	527	35,6%	952	64,1%	533	35,9%	931	61,5%	582	38,5%
Profesional	16.983	78,7%	4.603	21,3%	17.884	79,1%	4.726	20,9%	18.942	78,9%	5.057	21,1%
Responsable	2.350	83,5%	464	16,5%	2.315	82,7%	484	17,3%	2.334	82,2%	506	17,8%
Técnico/a	610	56,2%	476	43,8%	612	55,4%	492	44,6%	622	56,2%	485	43,8%

Persoas traballadoras por categoría profesional e franxa de idade

Número	2022			2021			2020		
	< 30	30-50	< 50	< 30	30-50	< 50	< 30	30-50	< 50
Directivo/a	0	14	38	0	22	34	0	21	17
Xestor/a	0	110	178	0	134	165	0	154	155
Mando	26	828	628	34	904	547	40	971	502
Profesional	3.745	11.663	6.178	3.949	12.725	5.936	4.608	13.837	5.554
Responsable	64	1.683	1.067	64	1.759	976	74	1.889	877
Técnico/a	56	573	457	59	640	405	66	683	358

Porcentaxe

Directivo/a	0,0%	26,9%	73,1%	0,0%	39,3%	60,7%	0,0%	55,3%	44,7%
Xestor/a	0,0%	38,2%	61,8%	0,0%	44,8%	55,2%	0,0%	49,8%	50,2%
Mando	1,7%	55,9%	42,4%	2,3%	60,9%	36,8%	2,6%	64,2%	33,2%
Profesional	17,4%	54,0%	28,6%	17,5%	56,3%	26,2%	19,2%	57,7%	23,1%
Responsable	2,3%	59,8%	37,9%	2,3%	62,8%	34,9%	2,6%	66,5%	30,9%
Técnico/a	5,1%	52,8%	42,1%	5,3%	58,0%	36,7%	6,0%	61,7%	32,3%

Distribución por sexo e idade dos órganos de goberno

GRI 2-9

Por sexo	2022							
	Asemblea Xeral		Comisión Delegada		Consello Reitor		Consello Social	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Muller	186	74,4%	305	85,9%	7	58,3%	12	75,0%
Home	64	25,6%	50	14,1%	5	41,7%	4	25,0%

	2022							
	Asemblea Xeral		Comisión Delegada		Consello Reitor		Consello Social	
Por idade	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
< 30	95	38,0%	8	2,3%	0	0,0%	0	0,0%
30-50	150	60,0%	201	56,6%	3	25,0%	10	62,5%
< 50	5	2,0%	146	41,1%	9	75,0%	6	37,5%
Total	250		355		12		16	

Loita contra a violencia de xénero

En EROSKI estamos comprometidos na loita contra calquera manifestación de violencia cara ás mulleres. Na cooperativa contamos cun protocolo propio para prever e xestionar posibles casos de violencia de xénero, polo que nos comprometemos a protexer ás socias traballadoras vítimas de violencia de xénero por enriba do que establece a lei.

Ademais das actuacións de acompañamento, axudas económicas e facilidades laborais, brindamos coberturas económicas para as traballadoras e os seus fillos e fillas. En concreto, ofrecemos:

- Unha cobertura económica para aquelas Socias Traballadoras 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 Traballadora en caso do seu falecemento por violencia de xénero.
- Incorporación de limitacións de prestacións para a persoa condenada por causar lesións ou a morte dunha Socia Traballadora, a cal non pode ser beneficiaria nin perceptora de prestacións como auxilio a discapacitados, asistencia sanitaria, auxilio por defunción, entre outras.

Conciliación

GRI 401-3

Un dos eixes do noso Plan de Igualdade consiste na conciliación da vida persoal e profesional. En EROSKI contamos con permisos adicionais aos que a lexislación establece e impulsamos 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 causa 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.

Ademais, cabe destacar que este ano aprobamos unha normativa de redución de xornada voluntaria para persoas de 58 anos ou máis. Esta xorde para cubrir a necesidade do colectivo de maior idade de poder reducir o seu esforzo nos últimos anos de carreira profesional, mediante a creación dunha normativa de redución de xornada voluntaria, sen límite de tempo e con dereito a restituírse na súa xornada de orixe.

Desta forma, en 2022, 3.614 persoas acolléronse a unha redución de xornada ou excedencia, que corresponde ao 13% do persoal. Delas o 90% foron mulleres. Isto supón que un 15,5% do total de mulleres e un 5,6% do total de homes traballadores se acolleron a esta posibilidade.

Distribución por sexo de permisos parentais

	2022			2021			2020		
	Muller	Home	Total	Muller	Home	Total	Muller	Home	Total
Persoas que se acolleron ao permiso parental	317	192	509	320	244	564	326	190	516
Persoas que regresaron ao traballo tras o permiso parental en 2022	168	134	302	176	163	339	246	174	420
Taxa de regreso ao traballo tras finalizar o permiso parental en 2022	76,7%	88,2%	80,3%	79,6%	85,8%	82,5%	99,2%	99,4%	99,3%
Persoas que continúan en EROSKI 12 meses despois de reincorporarse tras un permiso parental en 2021	190	145	335	243	135	378	267	136	403
Taxa de retención (porcentaxe de persoas que continúan en EROSKI 12 meses despois)	86,0%	76,3%	81,5%	91,0%	84,4%	88,5%	91,1%	90,7%	91,0%

Distribución por sexo de persoas con redución de xornada segundo causa

Número	2022			2021			2020		
	Muller	Home	Total	Muller	Home	Total	Muller	Home	Total
Por garda legal	2.025	59	2.084	2.336	66	2.402	2.644	67	2.711
Por coidado de familiares	276	16	292	278	17	295	244	19	263
Voluntaria	73	6	79	56	3	59	53	8	61
Total	2.374	81	2.455	2.670	86	2.756	2.941	94	3.035
Porcentaxe									
Por garda legal	97,2%	2,8%	85%	97,3%	2,7%	87%	97,5%	2,5%	89%
Por coidado de familiares	94,5%	5,5%	12%	94,2%	5,8%	11%	92,8%	7,2%	9%
Voluntaria	92,4%	7,6%	3%	94,9%	5,1%	2%	86,9%	13,1%	2%

Distribución por sexo de persoas con excedencia segundo causa

Número	2022			2021			2020		
	Muller	Home	Total	Muller	Home	Total	Muller	Home	Total
Por garda legal	196	12	208	215	12	227	257	12	269
Por coidado de familiares	43	1	44	53	1	54	52	6	58
Voluntaria	652	255	907	654	257	911	640	266	906
Total	891	268	1.159	922	270	1.192	949	284	1.233
Porcentaxe									
Por garda legal	94,2%	5,8%	18%	94,7%	5,3%	19%	95,5%	4,5%	22%
Por coidado de familiares	97,7%	2,3%	4%	98,1%	1,9%	5%	89,7%	10,3%	5%
Voluntaria	71,9%	28,1%	78%	71,8%	28,2%	76%	70,6%	29,4%	73%

Organización do traballo

En tódalas sociedades do Grupo cómprese co establecido nos convenios colectivos (1.784 horas no convenio de supermercados EROSKI), o Estatuto dos Traballadores e, para os socios, co establecido nos Estatutos Sociais e o Regulamento de Réxime Interno da cooperativa. Isto implica o cumprimento dos tempos de xornadas laborais, os descansos entre xornadas e a xornada máxima legal, entre outros aspectos regulados. Ademais, todas as persoas traballadoras, tanto as suxeitas a un convenio colectivo como os Socios, estamos por debaixo da xornada máxima anual do Estatuto dos Traballadores (1.826 horas). Por outro lado, non contamos coa modalidade de contrato de horas non garantidas.

Os horarios de tenda ou plataformas son maioritariamente en quendas rotativos de mañá e tarde. En caso de que os empregados estean a quenda fixa adoita ser por acordo entre as partes derivado dunha necesidade de conciliación da vida

familiar para o coidado dun menor ou familiar. Así mesmo, en tódolos centros de traballo existe un sistema de fichaxes e cómprese dende fai anos coa normativa de rexistro de xornada.

En canto á desconexión dixital, en CAPRABO iniciouse a elaboración dun protocolo que xa se comprometeu coa Representación Legal dos Traballadores. En 2023 finalizarase a súa aprobación e comunicación ao colectivo de persoas traballadoras, así como a súa extensión ao resto do Grupo EROSKI.

Saúde e seguridade no traballo

GRI 2-23; 403-1; 403-2

En EROSKI temos o compromiso de protexer e mellorar a saúde das nosas persoas traballadoras, 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 integrámoslos na xestión global da empresa.

Prevención de riscos laborais

GRI 403-1; 403-2; 403-4; 403-5; 403-7; 3-3

Dispoñemos dun Servizo de Prevención de Riscos Laborais propio, con carácter mancomunado, para todas as sociedades do Grupo. Este servizo atende especialidades como seguridade no traballo, hixiene industrial e ergonomía e psicosocioloxía aplicada. A vixilancia da saúde realízase a través de servizos de prevención externos.

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 ao 100% das persoas traballadoras directas, actividades e localizacións do Grupo EROSKI.

Instauramos distintos procesos para o control de riscos que están recollidos, entre outros, no Procedemento de Avaliación de Riscos, o Procedemento de Accións correctoras e o Procedemento de Accidentes de Traballo. Contamos cun procedemento de metodoloxía de avaliación de riscos comúns que cada negocio desenvolve. Así mesmo, cada negocio ten un procedemento de accións correctoras e de investigación de accidentes e incidentes, non hai un común. En función do nivel de risco, determinado segundo o Procedemento de Avaliación de Riscos, establécese unha prioridade para a rectificación das anomalías

identificadas. Non se identificaron riscos avaliados como moi importantes para a seguridade das persoas, aínda que os riscos ergonómicos dalgunhas tarefas se valoran como importantes.

En caso de que un traballador non poida realizar o seu traballo con normalidade por causa dun perigo grave ou inminente, EROSKI ten a obrigaón de resolver o problema para que non exista e, se non se pode evitar, establecer as medidas preventivas necesarias. As persoas traballadoras, segundo se recolle no Plan de Prevención do Grupo EROSKI, deberán informar de inmediato ao seu mando directo acerca de calquera situación que ao seu xuízo entrañe por motivos razoables un risco para a seguridade e a saúde dos traballadores.

Dispoñemos dun procedemento de Investigación de Accidentes e Incidentes e un Procedemento de vixilancia da saúde. As enfermidades profesionais determínanas o médico da mutua e, en caso de confirmación, rexístranse nun listado. As medidas fixadas seguen os principios da acción preventiva establecidos no artigo 15 da LPRL.

Cada catro anos faise unha auditoría externa regulamentaria do sistema de xestión de prevención de riscos laborais da empresa. En 2021 realizáronse as auditorías regulamentarias nos distintos negocios dispoñendo cada un deles do informe de conclusións que a Dirección debe acometer. Ademais, fanse auditorías internas anuais; os resultados e as conclusións son válidos para o 100% das persoas traballadoras.

Participación das persoas traballadoras

As persoas traballadoras participamos na identificación de riscos e melloras das condicións laborais con propostas tanto ás cadeas de mando como aos Comités de Saúde e Seguridade (que operan en diferentes ámbitos) e outros órganos de representación societaria. A través destes Comités, os traballadores e traballadoras contan con representación por medio dos seus delegados de prevención, tratándose os temas relacionados coa seguridade e saúde no traballo.

No Plan de Prevención do grupo establécense os circuítos para a participación dos traballadores. Hai 38 Comités que se reúnen cada 3 meses ou se hai unha petición xustificada dalgunha das partes. Tódolos traballadores están representados e o Comité ten as responsabilidades establecidas pola lei de prevención.

Prevención de riscos laborais en empresas externas

GRI 403-8

En canto aos traballadores externos, os seus empregadores son os responsables do cumprimento da normativa de prevención. O proceso de coordinación de actividades empresariais realízase a través da plataforma de coordinación de contratas Coordinaware, validando que as empresas contratadas e os seus traballadores cumpran con determinados requisitos do Real Decreto 171/2004 en materia de Coordinación de Actividades Empresariais (CAE). Estas inclúen contratas de mantemento, seguridade, limpeza, TIC, servizos xerais, publicidade, entre outras. En total, hai 7.317 traballadores e 943 empresas dentro da plataforma Coordinaware. Os responsables de contratación das empresas externas en EROSKI son os encargados de revisar que estas teñen toda a documentación requirida na plataforma. Todo traballador externo que accede ás instalacións de EROSKI debe levar consigo sempre a identificación que acredite o seu cumprimento.

En canto á formación en prevención das persoas externas, os seus empregadores comunican a formación impartida aos seus traballadores a través desa mesma plataforma. Hai un servizo de validación documental e o acceso dos traballadores externos está supeditado a que a súa empresa subira toda a documentación requirida (tanto de empresa como dos seus traballadores) e que esta fora validada.

Prevención de riscos laborais vinculados coas relacións comerciais

A normativa de prevención establece os requisitos a cumprir nas adquisicións de nova maquinaria ou equipos de traballo. O responsable da súa adquisición debe asegurar o cumprimento de dita normativa (marcado CE, manual de instrucións en castelán, etc.)

Cando se establece un proceso novo na tenda, faise un piloto dende o departamento correspondente e valórase o impacto en riscos laborais que teña previo á súa implantación. O Departamento de Prevención participa ademais na definición dos requisitos do modelo físico (novos formatos de tenda), correspondendo ao departamento que implanta no modelo físico tarefa de asegurar que sexa óptimo dende a prevención de riscos.

Fitos do Plan de Prevención de Riscos Laborais en 2022

En 2022 leváronse a cabo distintas accións para previr os riscos laborais, entre as que destacan:

- 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.
- Revisión da avaliación do risco psicosocial en todas as sociedades do grupo (excepto Viaxes EROSKI).
- 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 nos propios centros de traballo que poden ser con e sen evacuación.
- 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 da resolución das accións correctoras.
- Revisión dos Equipos de Protección Individuais (EPI).
- Desenvolvemento de programas piloto relacionados co risco de sobreesforzo: uso de exoesqueleto en hipermercados e plataformas ou uso da aplicación Fisify en plataformas (trátase dunha empresa do ámbito da saúde dixital que busca a prevención de lesións musculoesqueléticas).

Número e taxa de accidentes laborais con baixa por sexo e gravidade

Accidentes leves	2022			2021			2020		
	Nº	%	Taxa ¹	Nº	%	Taxa ¹	Nº	%	Taxa ¹
Muller	769	71%	22,8	789	67%	23,0	827	70%	23,1
Home	320	29%	29,1	383	33%	34,5	350	30%	29,9
Total	1.089		24,4	1.172		25,8	1.177		24,8

Accidentes graves	2022			2021			2020		
	Nº	%	Taxa ¹	Nº	%	Taxa ¹	Nº	%	Taxa ¹
Muller	3	100%	0,09	2	50%	0,06	0		0
Home	0	0%	0	2	50%	0,18	0		0
Total	3		0,1	4		0,1	0		0
Accidentes mortais									
Muller	0	-	0	0	-	0	0	-	0
Home	0	-	0	0	-	0	0	-	0
Total	0		0	0		0	0		0
Accidentes rexistrables (leves + graves + mortais)									
Muller	772	71%	22,9	791	67%	23,0	827	70%	23,1
Home	320	29%	29,1	385	33%	34,7	350	30%	29,9
Total	1.092		24,5	1.176		25,9	1.177		24,8

¹ A taxa calcúlase dividindo o número de accidentes por cada millón de horas teóricas de traballo por sexo e en total.

Distribución de causas e axentes materiais dos accidentes laborais rexistrados

Causas	2022	2021	2020
Sobreesforzos	28,9%	35,6%	29,1%
Caídas persoas do mesmo nivel a distinto nivel	16,8%	14,3%	14,5%
Cortes	13,1%	14,5%	14,0%
Outras causas	41,1%	35,6%	42,3%
Axente material			
Alimentos, vidros, plásticos ou empaquetados	38,1%	38,9%	37,5%
Produtos metálicos e ferramentas	8,8%	9,4%	9,9%
Carretillas ou similares	7,5%	6,6%	8,3%
Outros axentes materiais	45,6%	45,0%	44,3%

Índice de gravidade de accidentes en 2022

	2022
Muller	0,001
Home	0,010
Total	0,003

2022 é o primeiro exercicio no que reportamos este índice de gravidade, que se calcula como o número de xornadas non traballadas por accidente laboral por cada 1.000 horas traballadas.

Formación sobre saúde e seguridade no traballo

	2022	2021	2020
Horas de formación	88.341	43.319	32.804
Horas medias de formación por traballador	3,2	1,5	1,1
Tipos de formación (segundo porcentaxe de horas impartidas)			
Inicial ou específico de riscos do posto	85,6%	70,7%	48,7%
Básico PRL	3,0%	18,%	21,6%
Manexo de equipos de traballo	3,3%	5,3%	7,7%
Instrucións de traballo	1,3%	0,4%	7,0%
Outros programas formativos	6,8%	5,6%	15,0%

Vixilancia da saúde

GRI 403-3; 403-6; 403-9; 403-10

Contamos coa 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 embarazos e valoracións médicas de persoal sensible.

Adicionalmente ao servizo de vixilancia da saúde, os Socios Traballadores 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.

Ademais, dende Aula Benestar e Saúde do Departamento Social organízanse accións formativas e de sensibilización en materia de alimentación saudable, *mindfulness* e outras accións.

Formación en saúde e benestar das persoas traballadoras

	2022	2021	2020
Horas de formación ¹	748	1.010	2.826
Persoas formadas	404	457	429

¹ Estas horas de formación están xa incluídas na formación sobre saúde e seguridade no traballo presentada na táboa anterior.

Por outro lado e, en canto á continxencia profesional, revisamos e coordinamos coa mutua tódolos casos considerados como enfermidades profesionais. En canto á análise de riscos para enfermidades profesionais, os perigos identifícanse segundo o Procedemento de Avaliación de Riscos, que determina tamén as medidas preventivas que poidan existir.

Número e taxa de enfermidades profesionais por sexo e gravidade

E.P. mortais	2022			2021			2020		
	Nº	%	Taxa ¹	Nº	%	Taxa ¹	Nº	%	Taxa ¹
Muller	0	-	0	0	-	0	0	-	0
Home	0	-	0	0	-	0	0	-	0
Total	0		0	0		0	0		0
Enfermidades profesionais con baixa (sen falecemento)									
Muller	36	90%	1,1	52	93%	1,5	35	74%	1,0
Home	4	10%	0,4	4	7%	0,0	12	26%	1,0
Total	3		0,9	4		1,2	0		1,0
Enfermidades profesionais rexistrables (mortais + con baixa sen falecemento)									
Muller	36	90%	1,1	52	93%	1,5	35	74%	1,0
Home	4	10%	0,4	4	7%	0,0	12	26%	1,0
Total	3		0,9	4		1,2	0		1,0

¹ A taxa calcúlase dividindo o número de enfermidades profesionais por cada millón de horas teóricas de traballo por sexo e en total.

Horas e porcentaxes de absentismo laboral

	2022			2021			2020		
	Nº	%	Taxa ¹	Nº	%	Taxa ¹	Nº	%	Taxa ¹
Muller	3.269.460	84%	9,7	3.141.675	83%	9,1	3.329.368	83%	9,3
Home	617.839	16%	5,6	648.965	17%	5,9	663.086	17%	5,7
Total	3.887.299		8,7	3.790.641		8,3	3.992.453		8,4

¹ A taxa calcúlase dividindo o número de horas por enfermidade, enfermidade profesional e accidente laboral polo número de horas teóricas de traballo por sexo e en total.

Desenvolvemento profesional

GRI 404-1; 404-2; 3-3

En EROSKI velamos polo 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. En EROSKI cremos que non é posible lograr os nosos obxectivos estratéxicos sen persoas capacitadas que comprendan á organización e aos seus mercados e que visualicen e sexan capaces de despregar as tácticas necesarias para alcanzalos. O talento das persoas acompaña e fai posible a estratexia.

A nosa visión do desenvolvemento profesional baséase na aposta por potenciar e xestionar o talento interno como vía principal de crecemento e de substitución. Así, búscase axudar ás persoas para buscar os seus máximos desenvolvementos e crecemento profesional posibles, favorecendo un variado ecosistema de aprendizaxe e incentivando tamén á propia persoa a asumir o 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.

En liña co noso propósito, en 2022 seguimos avanzando no desenvolvemento do noso mellor talento interno, maximizando os recursos para a aprendizaxe autónoma, combinando aprendizaxe experiencial no propio posto coa aprendizaxe *e-learning* que permita un desenvolvemento máis *ad hoc* ás necesidades das persoas.

No último exercicio destináronse 1.642.499 euros a programas formativos, un incremento do 3% sobre o orzamento de 2021, o que supón 242.445 horas totais dedicadas á capacitación dos nosos traballadores y traballadoras; este dato equivale a unha media de 8,9 horas de formación por persoa. Todo isto supuxo un incremento substancial nas horas dedicadas á formación e á aprendizaxe cun crecemento sobre o ano anterior dun 37%, cun total de 66.148 horas máis.

Número de horas de formación das persoas traballadoras segundo sexo e categoría profesional

	2022			2021			2020		
	Muller	Home	Total	Muller	Home	Total	Muller	Home	Total
Directivo/a	902	1.794	2.696	259	1.112	1.370	624	758	1.382
Xestor/a	2.148	2.309	4.457	1.518	1.951	3.469	1.057	943	1.999
Mando	11.624	5.328	16.951	11.649	7.121	18.769	9.482	6.216	15.697
Profesional	136.511	38.986	175.497	88.591	27.554	116.144	44.814	13.616	58.430
Responsable	21.388	4.530	25.918	13.813	4.358	18.171	10.808	2.732	13.540
Técnico/a	10.111	6.816	16.927	10.685	7.690	18.375	10.946	7.555	18.501
Total	182.683	59.762	242.445	126.514	49.783	176.297	77.730	31.819	109.549

Número medio de horas de formación das persoas traballadoras segundo sexo e categoría profesional

	2022			2021			2020		
	Muller	Home	Total	Muller	Home	Total	Muller	Home	Total
Directivo/a	50,1	52,8	51,8	14,4	29,3	24,5	44,5	31,6	36,4
Xestor/a	17,5	14,0	15,5	12,2	11,1	11,6	8,7	5,0	6,5
Mando	12,2	10,1	11,4	12,2	13,4	12,6	10,2	10,7	10,4
Profesional	8,0	8,5	8,1	5,0	5,8	5,1	2,4	2,7	2,4
Responsable	9,1	9,8	9,2	6,0	9,0	6,5	4,6	5,4	4,8
Técnico/a	16,6	14,3	15,6	17,5	15,6	16,6	17,6	15,6	16,7
Total	8,7	9,5	8,9	5,8	7,7	6,2	3,4	4,7	3,7

Programas de formación destacados en 2022

Escolas de Frescos

Dende 2016 continuamos capacitando a tódolos profesionais de Frescos das nosas tendas a través desta iniciativa, coa que dotamos de sentido, coñecemento e habilidades ao profesional de produtos frescos para que se converta nun profesional experto que faga posible revalorizar a compra do cliente. Este ano formáronse nas nosas Escolas de Frescos 441 profesionais.

Fresh Master

No exercicio 2019 deseñamos, construímos e puxemos en marcha unha escola complementaria de nivel superior á Escola de Frescos, á que denominamos Fresh Master, cos seguintes obxectivos:

- Profesionalizar aos actuais especialistas para convertelos en expertos.
- Converter aos expertos no valor diferencial da experiencia, asegurando unha excelente atención ás nosas persoas consumidores que consecución de obxectivos comerciais e estratéxicos.

Fresh Master está estruturada como unha escola modular conformada por diferentes materias, as cales son complementarias entre si, facendo que cada módulo aporte impactos formativos consecutivos. As accións de cada una das Fresh Master están dirixidas, principalmente, aos profesionais cun alto coñecemento da sección. En 2022 realizáronse 36 accións formativas cun total de 228 asistentes.

A Escola de Mandos

A Escola de Mandos engloba diferentes Programas de Desenvolvemento Profesional e está dirixida ás persoas traballadoras potenciais identificadas que precisan formarse en novos postos de mando. O obxectivo da escola é brindar a oportunidade a perfís solventes, preparados e cualificados para prepararse con miras a cubrir vacantes de postos críticos e baseado na máxima de *learning by doing* (aprender facendo).

Na Escola de Mandos apréndense as competencias técnicas e transversais precisas para converterse nun mando cualificado no punto de venda. Así mesmo, apréndese a xestionar, organizar e dirixir, dentro dunha formación integral que abarca diferentes áreas: comercial, xestión de persoas, xestión do negocio, cliente, etc. Este ano participaron neste proceso 67 persoas.

Acompañamento á Dirección

Avanzamos en 2022 no acompañamento aos equipos de xestión das diferentes áreas da organización, contando sempre cun propósito ben identificado e con comportamentos acordes para atender á estratexia, ao negocio e á súa calidade de relación en equipo, con diversidade de compoñentes orientados ao cliente e con obxectivos e indicadores do seu nivel de xestión.

Captación e desenvolvemento de talento interno

Damos resposta á estratexia cun modelo de identificación de talento interno robusto e un itinerario de aprendizaxe que combina o *learning by doing* con actividades formativas e con participación activa en equipos de autonomía de decisión, nos que as persoas poden desenvolver todo o seu potencial. Na actualidade hai 25 persoas activas no *pool* de talento.

Formación sobre o modelo cooperativo

Por esencia do noso modelo cooperativo, ano tras ano traballamos na capacitación das persoas nas súas responsabilidades como persoas Socias, ben como representantes de órganos do goberno internos, ben no seu proceso de integración na organización ou ben no desenvolvemento do liderado societario declinado á realidade de cada unha das nosas sociedades. Este ano 2.016 persoas pasaron por algún dos programas vinculados co desenvolvemento do noso modelo cooperativo.

Innovación en modelos de aprendizaxe

Apostamos por novos modelos que nos permitan unha aprendizaxe máis flexible, rápida e eficiente. Una aprendizaxe continua e con foco no relevante, xerador de dinámicas que activan o interese das persoas no seu propio desenvolvemento.

Para iso apoiámonos nos recursos que nos aportan as novas tecnoloxías e experimentamos con elas.

Promoción profesional

GRI 404-3

Entendemos a promoción como un proceso natural na vida profesional das nosas traballadoras e traballadores, baseado na capacitación profesional e na calidade do desempeño. Neste sentido, en 2022 promocionouse ao 0,8 % do noso persoal, o que corresponde a 207 persoas, das cales un 77% eran mulleres.

Número e taxa de persoas traballadoras promocionadas

	2022			2021			2020		
	Nº	%	Taxa ¹	Nº	%	Taxa ¹	Nº	%	Taxa ¹
Muller	159	77%	0,8%	185	72%	0,8%	161	77%	0,7%
Home	48	23%	0,8%	72	28%	1,1%	47	23%	0,7%
Total	207		0,8%	257		0,9%	208		0,7%

¹ Número de persoas avaliadas respecto ao total de traballadores.

Así mesmo, como parte do noso compromiso coa mellora continua das nosas persoas traballadoras, realizamos anualmente avaliacións de desempeño e desenvolvemento profesional que permiten trasladar dunha forma ordenada as áreas a reforzar e escoitas as inquietudes de cada profesional. Neste sentido, en 2022 realizamos 15.820 avaliacións, que abarcan a un 72% das persoas suxeitas a avaliación e a un 58% do total de empregados.

Número de persoas traballadoras con avaliación periódica do desempeño e desenvolvemento profesional segundo sexo e categoría profesional¹

	2022			2021			2020		
	Muller	Home	Total	Muller	Home	Total	Muller	Home	Total
Directivo/a	13	34	47	15	29	44	9	22	31
Xestor/a	96	115	211	98	118	216	85	101	186
Mando	625	289	914	635	307	942	578	299	877
Profesional	9.878	2.123	12.001	8.371	1.664	10.035	8.211	1.621	9.832
Responsable	1.497	331	1.828	1.601	379	1.980	1.345	294	1.639
Técnico/a	453	366	819	415	329	744	332	267	599
Total	12.562	3.258	15.820	11.135	2.826	13.961	10.560	2.604	13.164

¹ Avaliadas no exercicio, en relación co seu desempeño no exercicio anterior

Porcentaxe de persoas traballadoras avaliadas en relación co total de persoas suxeitas a avaliación por sexo e categoría profesional

	2022			2021			2020		
	Muller	Home	Total	Muller	Home	Total	Muller	Home	Total
Directivo/a	65%	62%	63%	88%	69%	75%	60%	49%	52%
Xestor/a	75%	73%	74%	79%	68%	72%	72%	55%	62%
Mando	85%	74%	81%	88%	78%	85%	80%	73%	77%
Profesional	71%	69%	71%	82%	76%	81%	75%	72%	75%
Responsable	75%	71%	75%	76%	74%	75%	67%	55%	64%
Técnico/a	78%	78%	78%	75%	73%	74%	60%	58%	59%
Total	73%	71%	72%	81%	75%	80%	74%	67%	72%

Porcentaxe de persoas traballadoras avaliadas en relación co total de empregados por sexo e categoría profesional

	2022			2021			2020		
	Muller	Home	Total	Muller	Home	Total	Muller	Home	Total
Directivo/a	72%	100%	90%	83%	76%	79%	75%	96%	82%
Xestor/a	78%	70%	73%	79%	67%	72%	67%	50%	60%
Mando	65%	55%	62%	67%	58%	63%	62%	50%	58%
Profesional	58%	46%	56%	47%	35%	44%	45%	35%	41%
Responsable	64%	71%	65%	69%	78%	71%	57%	55%	58%
Técnico/a	74%	77%	75%	68%	67%	67%	54%	54%	54%
Total	60%	52%	58%	50%	44%	48%	48%	40%	46%

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 tódolos negocios de Grupo EROSKI.

Tras 9 anos de andaina, estes recoñecementos 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.

Esta edición estruturouse en tres categorías: Xuntos, Clientela e Vender +, que concitaron a proposta de máis de 120 candidaturas presentadas polos equipos. Isto fai que as ideas acumuladas na andaina dos Krea sumen xa máis de 1.400 iniciativas.

Emprendedoras e emprendedores franquiciados

Aquelas Socias e Socios Traballadores que desexen ter o seu propio negocio de supermercado EROSKI poden acollerse ao noso Programa 'contigo' en Franquicia, 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 convenios de colaboración coa Confederación Española de Asociacións de Novos Empresarios (CEAJE) e coa asociación de Traballadores Autónomos (ATA) para dar apoio e impulsar o emprendemento entre os novos empresarios e os autónomos.

Este ano inauguráronse 67 franquías (64 aperturas e 3 cambios de tenda propia a franquiciada), das cales o 45% correspóndense con franquiciados que xa tiñan tendas con nós, o que demostra a estabilidade e a fortaleza das tendas franquiciadas de EROSKI. O 96% dos nosos franquiciados recomenda a nosa franquicia e agradece o asesoramento e apoio que lle damos cos nosos equipos.

Inserción laboral e innovación social

GRI 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.

Así mesmo, apoiamos no ámbito nacional con organizacións como Cruz Vermella, Cáritas e a Fundación Incorpora de La Caixa. No contexto autonómico, colaboramos con organizacións como Gureak, Erroak-Sartu e Ilundain, entre outras.

En 2022 destacan o Programa de empregabilidade, que busca 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 en EROSKI. Os cursos van dirixidos ás seccións de peixería, carnicería e chacinaría, e á súa finalización o alumnado obtén unha titulación homologada. No ano 2022 impartimos 10.000 horas de formación a 129 alumnos e alumnas, dos cales un 40% conseguiron inserirse laboralmente na nosa empresa.

Ademais, no marco das actividades que se levan a cabo na Cátedra VEGALSA-EROSKI UDC (Universidade da Coruña) de Compromiso Social, Comunicación e Reputación Corporativa, impartimos unhas xornadas destinadas a potenciar a integración laboral da discapacidade. Esta acción estivo destinada aos alumnos do programa Espazo Compartido da Universidade da Coruña, dirixido á formación en habilidades persoais, sociais e competencias básicas para a empregabilidade e o fomento da inclusión laboral de mozos con discapacidade cognitiva.

Indicadores de inserción laboral

	2022		2021		2020	
	Prácticas non laborables	Cursos con Compromisos de contratación	Prácticas non laborables	Cursos con Compromisos de contratación	Prácticas non laborables	Cursos con Compromisos de contratación
Nº persoas participantes	89	40	50	14	667	78
Nº horas de formación	7.565	4.620	6.000	1.535	119.558	9.630
Nº contratacións	26	25	29	12	189	54
Taxa contratación	29%	63%	58%	86%	28%	69%

Supermercados inclusivos

EROSKI ten un 1,3% de empregados con discapacidade e renovou o convenio de colaboración INSERTA da ONCE para incorporar progresivamente máis persoas deste colectivo nos próximos anos. Ademais, colabora activamente con aportacións solidarias a distintas entidades do mundo da discapacidade como, por exemplo, o centro de emprego de COCEMFE ou entidades como a Federación Española de Dano Cerebral ou ASPACE, entidade de persoas con parálise cerebral.

Por outro lado, EROSKI busca dar novas oportunidades á inclusión laboral de persoas con capacidades diversas a través dos seus supermercados inclusivos. Trátase de establecementos xestionados integramente por persoas con discapacidade.

Continuamos entendendo este modelo que comezamos a desenvolver en 2015 xunto a Gureak, e no que afondamos en 2017 xunto a Ampans en CAPRABO e, en 2019, con Soltra en VEGALSA-EROSKI. É así como, en 2022, inauguramos en Sorluze (Gipuzkoa) un novo supermercado inclusivo, coa colaboración de Gureak. Con este, sumamos xa sete supermercados inclusivos franquiciados na nosa rede. Ademais, en marzo de 2023 está prevista a apertura ao público dunha nova tenda EROSKI City xunto con Soltra, en Veguellina de Órbigo (León).

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. Ademais, VEGALSA-EROSKI segue mantendo o seu acordo de colaboración coa cooperativa Mulleres Colleiteiras para a recollida e a xestión de aceite usado na súa rede de establecementos da provincia de A Coruña, para favorecer a protección do medio ambiente e a inserción laboral de mulleres en risco de exclusión social.

Accesibilidade nos nosos supermercados

Cumprimos coa normativa vixente en relación coa accesibilidade dos nosos establecementos. Tódolos 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.

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, en 2021 formamos ás persoas colaboradoras de VEGALSA-EROSKI para a atención a este colectivo. Ademais, contamos coa Guía de Atención ao Cliente Con Discapacidade Visual, para proporcionar aos equipos de tenda das súas enseñas pautas básicas para poder prestar o apoio necesario aos clientes con discapacidade visual. Tamén formamos parte da Rede Espazos Sen Barreiras da Deputación de Málaga para crear espazos accesibles para persoas con autismo e outras necesidades cognitivas.

Pola súa parte, a nova tenda online EROSKI azoka que ofrece a pequenos produtores do País Vasco a posibilidade de comercializar os seus produtos obtivo a certificación de accesibilidade AA o que avala que cumpre cos estándares internacionais de accesibilidade web para persoas con discapacidade. A certificación foi outorgada por Ilunion Accesibilidad, consultoría pertencente ao Grupo social ONCE.

En 2022 destacamos a iniciativa de innovación ‘O Rincón da Calma’ de EROSKI Baleares, galardoada nos Premios Krea. Este proxecto busca facilitar a compra ás familias con algún fillo ou filla con discapacidade sensorial ou intelectual. Así, ademais de formarse para procurar unha mellor experiencia de compra a estas familias e atender ás súas necesidades, creouse nestas tendas un espazo deseñado para que os menores con capacidades diferentes poidan calmar o seu estrés. Cada ‘Rincón da Calma’ está equipado con xoguets e elementos reguladores da ansiedade que contribúen á súa recuperación tras unha crise ou que poden chegar a evitar que se produza. Con estes espazos terapéuticos, dez tendas situadas en Palma de Mallorca aportan máis recursos para que estas familias poidan afrontar con tranquilidade o acto cotiá de facer a compra.

Esta iniciativa segue a estela doutro proxecto recoñecido por Krea ‘A Hora Para Ti’, do centro Pérez Cepeda de VEGALSA-EROSKI. Neste caso búscase atender ás necesidades especiais do colectivo de persoas con Trastorno do Espectro Autista (TEA), adaptando 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 nas caixas. Ademais, colocáronse pictogramas, xa que o uso de imaxes supón un apoio visual que axuda ás persoas con TEA a entender certas dinámicas como o embolsado da froita, así como a localizar produtos nos corredores.

4 Compromiso coa saúde



Produtos seguros e saudables

- **33.375 analíticas** dentro do noso Plan de control de produto.
- **1.883 produtos de marca propia** con etiquetado Nutri-Score, o 70% con valoración A, B ou C.
- **32.734 persoas** utilizaron o servizo de información nutricional de EROSKI Club.
- Máis de **2.300 produtos sen glute**, 558 da nosa marca propia.
- **38 millóns de visitas** á revista dixital de EROSKI CONSUMER.
- **159.442 escolares formados** cos nosos Programas Educativos en Alimentación e Hábitos Saudables.

A saúde, no centro da nosa estratexia

GRI 416-1

Saúde das persoas é un obxectivo primordial para EROSKI. Por iso, os primeiros compromisos do noso decálogo pola Saúde e a Sostibilidade céntranse en velar pola seguridade e a calidade de tódolos nosos produtos e en promover unha alimentación equilibrada, especialmente entre o público infantil. Ademais, atendemos dende a nosa oferta comercial a colectivos con necesidades de alimentación especiais, como persoas con enfermidade celíaca ou vexetarianos

e veganos, para que atopen nas nosas tendas todo o que precisen para unha alimentación equilibrada, completa e variada.

Con esa misión, traballamos dende a escoita activa aos nosos grupos de interese e a transparencia. E reformamos as nosas accións de divulgación e educación que fomenten unha alimentación e hábitos máis saudables entre as persoas consumidoras e os nosos propios traballadores.

Comité Científico da Fundación EROSKI

Para asegurarnos de que a nosa estratexia de alimentación aséntase sobre sólidos fundamentos científicos contamos co Comité Científico da Fundación EROSKI, que se renovou en 2020, composto por profesionais independentes especializados en saúde e medio ambiente que nos asesoran no noso propósito de ofrecer unha alimentación sa e sostible.

O Comité está composto por:

- Dra. Marta Arroyo, do departamento de Farmacia e Ciencias dos Alimentos da Universidade do País Vasco (UPV/EHU).
- Juan Carlos del Olmo, Secretario Xeral de WWF.
- Dr. Jordi Salas, Profesor distinguido e Director da Unidade de Nutrición do Departamento de Bioquímica e Biotecnoloxía da Universidade Rovira y Virgili (URV), 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, entre outras responsabilidades.

Ademais, o Dr. Bittor Rodríguez, do departamento de Farmacia e Ciencias dos Alimentos da Universidade do País Vasco (UPV/EHU), formou parte do Comité unicamente os primeiros meses do exercicio.

Seguridade alimentaria e calidade

GRI 3-3; 416-1

En EROSKI estamos comprometidos coa seguridade alimentaria, cimento ineludible para construír unha estratexia orientada a facilitar unha alimentación saudable para as persoas. O Noso Modelo de Xestión de Calidade garante que o produto final que chega ás persoas consumidoras pasou tódolos controis de seguridade. Neste modelo conflúen normas, procesos, procedementos, ferramentas e definicións que garanten a seguridade en toda a cadea de valor.

En materia de seguridade alimentaria, son parte fundamental do noso modelo:

- O control e a mellora da cadea de frío.
- A trazabilidade.
- O control dos produtos que comercializamos.
- A homologación das empresas proveedoras, especialmente as de produtos de marca propia.
- A xestión áxil e eficaz das alertas de seguridade alimentaria.

O noso sistema de control

GRI 2-27; 416-2

Coidamos e controlamos todos estes aspectos a través dunha avaliación continua dos procesos nas nosas tendas e plataformas e de miles de análises de produtos ao ano. En 2022 cumprimos un ano máis co noso Plan de auditorías e co Plan de control de produto. Para iso, asegurámonos de impartir formación especializada ás persoas responsables da xestión da calidade e a seguridade alimentaria e das boas prácticas de hixiene e limpeza.

Auditorías a puntos de venda e plataformas

Realizamos auditorías en tódolos nosos puntos de venda e nas nosas plataformas loxísticas para garantir que compren con todas as esixencias de hixiene e de seguridade.

En 2022 levamos a cabo 963 auditorías nos nosos puntos de venda e plataformas. Estas auditorías realizan os seguintes controis:

- Mantemento da cadea de frío e calidade na cadea de subministración.
- Hixiene e limpeza das instalacións.
- Sistemas de trazabilidade para tódolos produtos.
- Sistemas de trazabilidade para tódolos 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 ás nosas empresas proveedoras

Os requisitos dos produtos e nos nosos estándares de calidade esténdense tamén a todas as empresas proveedoras coas que traballamos. Neste sentido, facemos unha avaliación continua da nosa cadea de valor.

- Impulsamos o cumprimento de estándares de calidade e seguridade a nivel europeo, como o certificado International Food Standard (IFS).
- Propoñemos requisitos máis rigorosos no caso dos produtos frescos, xa que é fundamental que se cumpran as condicións de produción, conservación e transporte.
- En caso de detectar conformidades, realizamos auditorías e implementamos os plans de accións necesarios. Unha vez corrixido o problema e tras pasar a auditoría correspondente, a empresa provedora poderá ser homologada.
- Desde 2018 contamos cun programa específico de auditorías para o sector primario (sector cárnico, hortícola e peixe).

En 2022 auditamos a máis de 306 empresas proveedoras de marca propia. O 88% de tódolos 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 41 plantas de produción de provedores doutras marcas, cun 68% de auditorías satisfactorias.

Así mesmo, algúns dos nosos provedores contan con certificados externos que inclúen controis e requisitos en seguridade para as persoas consumidoras por enriba do estándar. Por exemplo, contamos con 87 produtos frescos con selo GlobalG.A.P., que esixe controis de seguridade alimentaria adicionais e está recoñecido pola Iniciativa Mundial de Seguridade Alimentaria (GFSI, segundo as súas siglas en inglés); e 279 dos nosos produtos de téxtil ou droguería compren co estándar Oeko-tex 100, que garante que non hai sustancias daniñas para a seguridade humana nos tecidos.

Plan de control de produto

Dispoñemos dun dobre control da calidade para todas as categorías dos nosos produtos e servizos xa que levamos a cabo controis analíticos exhaustivos adicionais aos que as empresas proveedoras e fabricantes realizan.

En 2022 analizamos 33.375 mostras, das que un 97% resultaron satisfactorias. Os tipos de análises que realizamos son:

- **Químico:** garante a ausencia ou presenza nas cantidades adecuadas de sustancias 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).

Ademais, en 2022 certificamos externamente co laboratorio Intertek a calidade dos combustibles do 100% das nosas gasoleiras.

Mostras por un programa analítico analizadas en 2022

Programa analítico	2022	2021	2020
Aceites	90	135	82
Ácidos graxos trans	0	10	25
Acrilamida	103	156	174
Aditivos (colorantes artificiais, sulfitos en crustáceos, nitratos e nitritos)	78	0	80
Auga	225	100	47
Alérxenos	410	486	437
Análise sensorial comparativa froita	142	594	573
Campylobacter	22	0	47
Carburantes	299	170	179
Comparativos OCU	27	12	0
Contaminantes	99	69	0
Control de listeria en superficies	3211	2.712	2.345
Control de superficies en tendas	15.646	5.650	836
Droguería e Cosmética	130	203	109
Envasados propios	544	397	276
Estudio pratos de cociña	117	0	0
Estudo reclamacións	38	12	0
Estudos de vida útil	529	962	115
Froita Eroski NATUR físico-químicos	473	371	682
Froita partida	80	0	
Xeo	166	183	193
Histamina	56	33	21
Ovos	92	63	67
Humidade xamóns	52	8	34
Identificación de especies	61	64	77
Leite	39	0	0
Listeria	640	39	36
Locais de risco	1.412	195	210
Manipulados	510	0	0
Manipulados Carnizaría	661	1.207	14.85
Manipulados Chacinaría	19.94	514	2.304
Máscaras	3	536	0
Metais pesados	10	2.170	0

Programa analítico	2022	2021	2020
Microtoxinas	62	5	14
Microbioloxía en queixos	16	103	66
Microbioloxía xeneral patóxenos e hixiene	259	65	88
Mel	14	12	11
Migración de envases	3	18	6
Moluscos bivalvos	30	16	13
Non Alimentación	643	714	982
OXM	0	36	39
Preparados de carne/comida	1.745	140	0
Residuos fitosanitarios	843	698	363
Residuos medicamentosos carne-pesca	231	229	158
Salmonella	398	385	365
Seguimento froita e vexetais	168	22	30
Standis Sushi	72	114	72
Turróns	123	62	23
Verificación Ficha Técnica	439	712	624
Zumes	370	355	67
Total	33.375	22.906	13.374
Total analíticas NON satisfactorias	1.050	440	809
% analíticas NON satisfactorias	3,1%	1,9%	6,0%

En canto a casos de incumprimento da normativa, houbo cinco expedientes sancionadores relativos á calidade e seguridade dos produtos e servizos. Por outro lado, recibimos 21 requirimentos para aportar información ou emendar algunha acción.

Sistema de xestión de alertas alimentaria

Contamos cun sistema rápido de detección de posibles produtos non seguros. Coa información que obtemos dos nosos propios controis e dos das nosas empresas proveedoras, a información que facilitar as persoas consumidoras e a colaboración estreita coa Administración actuamos, en caso preciso, retirando os produtos das nosas tendas.

Cara a unha alimentación saudable e equilibrada

GRI 416-1

A seguridade alimentaria é a base que sustenta o noso traballo diario. Pero o noso obxectivo é, asentada esa garantía de seguridade, facilitar ás persoas consumidoras a adopción e que poidan levar dunha dieta saudable, onde estean

presentes os grupos de alimentos necesarios de forma equilibrada en cantidade e frecuencia de consumo. Para iso, guiámonos polos patróns da dieta mediterránea e seguimos e fomentamos as recomendacións dos expertos en saúde e nutrición. Ademais, potenciamos a información e transparencia co consumidor como ferramenta de cambio cara a hábitos de consumo máis saudables.

Mellora nutricional dos nosos produtos

Buscamos mellorar a composición nutricional dos nosos produtos de marca propia e levamos a cabo distintas accións, para iso:

- En 2021 culminamos a eliminación da graxa de palma dos nosos produtos, con 308 produtos reformulados, e en 2022 mantivemos a súa ausencia na composición dos novos lanzamentos realizados
- Fixemos unha adecuación restritiva da política de uso da graxa de coco na nosa marca propia.
- Mantemos no desenvolvemento de novos produtos os criterios d Axencia Española de Seguridade Alimentaria e Nutrición (AESAN) respecto a reducir a presenza daqueles nutrientes relacionados coas patoloxías máis xeneralizadas na nosa sociedade (enfermidades cardiovasculares e a obesidade): azucre, graxa, graxa saturada e sal.
- Reformulamos produtos en base ao Nutri-Score. Este sistema de etiquetado nutricional facilita aos usuarios unha información nutricional máis clara e tamén é unha ferramenta moi útil para guiar a mellora nutricional dos produtos e de maneira que cada vez contemos con máis produtos A e B e menos D e E.

Grazas a iso, en 2022 o 70,3% da nosa gama de marca propia tivo unha valoración Nutri-Score A, B ou C. Ademais, contamos con 186 produtos baixos en graxa, 62 baixos en azucres, 36 baixos en sal e 140 altos en fibra. En 2022 os produtos A, B e C supuxeron o 80,7% das unidades vendidas e o 73% das vendas totais dos produtos con Nutri-Score, o que implica un incremento de 0,94 e 1,32 puntos porcentuais respecto dos datos de 2021, respectivamente.

Así mesmo, fomentamos as vendas de produtos de marca propia con maior calidade nutricional, expresada a través de etiquetado nutricional frontal Nutri-Score ou que se atopen nos grupos de alimentos de consumo recomendado como diario ou semanal segundo a pirámide nutricional dos alimentos.

O seguimento das nosas vendas dende a perspectiva da localización dos produtos vendidos na pirámide nutricional forma parte do noso control de xestión

dende fai máis dun lustro. dos datos de 2022 permitiunos observar unha mellora da participación en vendas dos produtos da base e tronco da pirámide (alimentos máis saudables, recomendados para o seu consumo diario e semanal, respectivamente) fronte aos grupos de alimentos de consumo ocasional situados na cúspide da pirámide (produtos menos saudables). Así, entre 2017, ano previo á aprobación dos 10 Compromisos de EROSKI, e 2022, houbo un incremento de 0,88 puntos porcentuais en vendas e 0,67 puntos porcentuais en unidades vendidas na parte media e baixa da pirámide, o que é moi positivo. Esta tendencia, que está sostida no tempo, tivo dous altibaixos conxunturais: o primeiro, pola pandemia da COVID-19 en 2020, que alterou os hábitos de consumo e trasladou ao fogar gran parte do consumo habitual en hostalaría; posteriormente, pola situación económica inflacionista de 2022, que modificou o *mix* de compra por parte dos consumidores, impulsando a presenza de produtos máis saudables na súa cesta, na que ponderaron algo máis produtos procesados menos recomendados para unha alimentación saudable.

Información e transparencia

Facer ben as cousas, pero non comunicalas de maneira clara é quedarse a medias. Tamén o é facelo sen escoitar as inquietudes, necesidades ou propostas dos nosos clientes. Por iso estamos comprometidos cunha comunicación clara, transparente, que non oculta o relevante e coa escoita activa aos nosos clientes, aos cidadáns e a outros grupos de interese.

Por outra parte, soamente un consumidor formado pode escoller, libremente, de maneira adecuada. De nada serve facer todo o anterior se no momento da verdade o consumidor non ten a oportunidade de escoller por non dispoñer das distincións e coñecementos adecuados sobre saúde e sostibilidade, por falta de información, dificultade no seu acceso, elevado grao de tecnicismos desa información, etc.

Ademais da actividade informativa de corte de consumo dirixida ao cidadán, EROSKI desenvolveu outras propostas adicionais, ligadas á condición do cliente. A vocación é integrar esta necesidade na relación comercial, como mellor maneira de incardinar a formación e información no corazón da actividade.

Etiquetado: máis e mellor informados

GRI 2-27; 417-1; 417-2; 417-3; 3-3

As persoas consumidoras buscan cada vez máis información sobre os produtos que mercan. Conscientes diso, en EROSKI traballamos para ofrecer unha información ampla, completa e veraz sobre a consumición dos produtos, á vez que informamos sobre os beneficios de manter unha nutrición variada e equilibrada.

Así, as etiquetas do 100% dos nosos produtos compren cos requirimentos da lexislación vixente e tamén coas esixencias e políticas da nosa marca propia. Por exemplo, en alimentos inclúe o listado de ingredientes, alérxenos, información nutricional, datas de consumo preferente ou caducidade, lote, condicións especiais de conservación e utilización, etc. Ademais, incluimos información de alérxenos e sistemas de información nutricional como o Semáforo Nutricional e o Nutri-Score.

No caso de que, por algún erro na cadea de produción, houbera algún fallo relativo á seguridade do produto ou á información provista no seu envase, ese produto retírase da venda de maneira inmediata. Isto é o que marca o noso estrito protocolo para protexer ás persoas. En 2022 detectamos 139 non conformidades en materia de etiquetado. Observouse un aumento respecto a exercicios anteriores debido a un reforzo nos controis da AESAN en relación cos alérxenos. Ao respecto, procedemos ao contacto co provedor para confirmar a composición actualizada do produto e a actualización do etiquetado en caso de desviación.

Para nós é un obxectivo que a información das etiquetas se comprenda de forma fácil e clara. As revisións e a escoita activa das opinións dos consumidores permítennos optimizar a maneira de incorporar a información nas etiquetas. En 2022 recibíronse 2.496 reclamacións de clientes relacionadas con etiquetado incorrecto, como, por exemplo, información confusa ou prezo incorrecto. Supón un 36% menos que o ano anterior. Ademais, houbo unha sanción en materia de etiquetado e outra en materia de marketing.

Así mesmo, traballamos para mellorar a información contida en folletos, carteis de tenda e web. En 2022 o número de reclamacións por comunicacións de marketing (ofertas, promocións) foi de 4.364, un 16% menos que en 2021.

Reclamacións, non conformidades e sancións en materia de etiquetado e marketing

Tipo de incidencia	2022	2021	2020
Non conformidades en materia de etiquetado	139	113	91
Reclamacións de clientes relacionadas co etiquetado incorrecto	2.498	3.904	5.931
Multas ou sancións non monetarias en materia de etiquetado e marketing	2	*	*
Reclamacións de clientes por comunicacións de marketing	4.364	5.207	8.111

*En exercicios anteriores reportáronse unicamente as multas ou sancións non monetarias significativas, que consideramos son as cualificadas como 'moi graves' pola administración, que foron 0, ao igual que en 2022. Pero este ano incluímos todas, independentemente da súa cualificación.

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

O etiquetado Nutri-Score é un dos avances que permiten que as persoas consumidoras teñan información clara e precisa sobre a composición nutricional dos produtos. Cabe destacar que en EROSKI fomos pioneiros na implantación deste sistema en 2018, tras unha escoita a 10.100 persoas.

En 2022, 1.883 produtos de marca propia contan con esta etiquetaxe, que está dispoñible en tódolos envases de marca propia susceptibles de levalo.

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 código de cores permite ás persoas consumidoras coñecer de maneira sinxela a valoración nutricional global de cada produto. Deste xeito, poden comparalo con outros semellantes e elixir mellor, sen perder a información detallada por nutriente que proporciona o semáforo nutricional.

O etiquetado Nutri-Score (que sintetiza a súa valoración nunha letra coloreada) complementa a información (analítica, desagregada por ración e nutriente) que proporciona o semáforo nutricional dispoñible nos nosos produtos de marca propia desde 2007. Esta ferramenta proporciona a información da aportación nutricional das calorías e nutrientes relevantes para a saúde pública (graxas, graxas saturadas, azucres e sal) que supón a inxestión dunha ración do produto e valóraa (de novo cun código de cores a modo de semáforo: verde cando a aportación por ración é baixa, amarelo cando é moderada e laranxa cando é

alta), de maneira que os consumidores que teñan a necesidade de coñecer algún aspecto concreto do impacto nutricional do produto poidan ter a información de maneira rápida, sinxela e intuitiva.

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 por cada ración de consumo: graxa, graxa saturada, azucre e sal.

Informe nutricional baseado nas compras

Para lograr o noso obxectivo de contribuír á saúde e benestar das persoas consumidoras, temos un programa pioneiro de saúde, EROSKI Club, que ofrece gratuitamente información personalizada e incentivos para unha alimentación e unha compra máis saudable e equilibrada a tódolos nosos Socios e Socias Cliente.

En 2022, 32.734 persoas utilizaron este servizo de información nutricional baseado nas súas compras rexistradas na tarxeta EROSKI Club.

Ese 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 se necesitan para manter unha alimentación equilibrada.

O programa Ekilibria foi recoñecido en 2019 co Premio NAOS 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 643.391 Socios e 65.348 participaron activamente en retos relacionados cunha alimentación saudable. Unha das iniciativas postas en marcha é *#AlimentaLoQuePiensas*, un amplo proxecto de contidos para axudar e guiar ás familias cara a unha alimentación máis saudable.

Consumer: o noso proxecto informativo en saúde

EROSKI Consumer é o proxecto informativo co que queremos formar e informar aos nosos consumidores para facilitarlles unha vida saudable e sostible mediante produtos informativos veraces, independentes, prácticos e amenos. A través desta publicación, dispón en formato de revista impresa e de portal dixital de información, ambos en castelán, catalán, euskera e galego, tratamos temas

relacionados coa alimentación, a seguridade alimentaria e a saúde, pero tamén abordamos outros asuntos de interese para as persoas consumidoras, relacionados co medio ambiente, a solidariedade, as mascotas, o mundo bebé e o aforro e a economía doméstica. Anualmente, distribuímos máis de 1,3 millóns de revistas impresas e temos máis de 38,2 millóns de visitas ao portal web. O tráfico acusa o impacto das diversas e numerosas actualizacións do algoritmo de Google durante 2021 e 2022, así como da crecente relevancia doutras fontes de información máis aló dos tradicionais buscadores (unha parte crecente da cidadanía opta, sobre todo no segmento máis novo, por buscar información a través das redes sociais).

Algúns fitos de 2022 son os seguintes:

- Lanzamento da revista EROSKI Consumer en formato dixital, 100% adaptando ao móbil.
- A nova web www.consumer.es, pensada para unha navegación máis sinxela e rápida.
- Renovación da Guía do Bebé EROSKI CONSUMER, multilingüe, con máis de 100 contidos e novos recursos multimedia (*podcast*, vídeos animados, vídeos informativos). Todos estes contidos realízanos expertos recoñecidos e avalados na súa materia. Así mesmo, ofrecemos a posibilidade de subscribirse a boletíns mensuais cos seus contidos adaptados ao momento de embarazo ou crianza no que se atope a familia.
- Nova Guía do Camiño de Santiago, con tódolos camiños e rutas actualizadas e novas funcionalidades prácticas para o camiñante e os hoteleiros. Agora tamén está dispoñible en inglés.

EROSKI Consumer foi galardoada co Premio de Consumo de Euskadi 2022 que outorga o Goberno Vasco, en recoñecemento á nosa labor a favor do consumo responsable e a defensa dos dereitos das persoas consumidoras.

Indicadores da edición dixital www.consumer.es

Indicador edición dixital www.consumer.es	2022	2021	2020
Visitas ao ano	38.229.481	50.057.587	47.934.018
Subscritores a boletíns informativos	137.707	137.097	136.954
Receitas culinarias	Máis de 4.600	Máis de 4.600	Máis de 4.600
Seguidores en redes sociais (Facebook, Twitter, YouTube)	117.950	114.678	112.693

Indicadores da edición impresa de EROSKI Consumer

Indicador edición impresa de EROSKI Consumer	2022	2021	2020
Exemplares ao ano	1.365.052	1.394.912	1.372.409
Persoas lectoras ao mes	310.239	317.025	311.911

Atendemos as necesidades especiais en alimentación

Somos conscientes de que cada persoa consumidora é única e ten as súas propias necesidades. Por iso, queremos atender tanto a aquelas que a causa dalgunha enfermidade ou pola súa condición física —por exemplo, a intolerancia ao glute ou á lactosa— necesitan produtos adaptados, como a quen require atención específica en determinados momentos do seu ciclo de vida, como mulleres embarazadas ou persoas sénior. Así mesmo, temos en conta as decisións orientadas a manter unha alimentación acorde cos valores persoais, como vexetarianos, veganos, etc. En definitiva, en EROSKI queremos dar resposta a todas estas necesidades especiais de alimentación.

Atención ás persoas con enfermidade celíaca

No noso propósito de atender ás persoas con necesidades especiais, avanzamos para ofrecer un mellor servizo ás persoas celíacas.

- En 2022 renovamos os convenios de colaboración coas asociacións de celíacos do País Vasco, A Ríoxa, Cataluña e Navarra, e formalizamos un novo convenio coa Asociación de Celíacos das Illas Baleares (ACIB). En total, 2602 socios destas cinco asociacións beneficiáronse en 2022 destes convenios, que inclúen, entre outras vantaxes, un 20% de desconto na compra de máis de 200 referencias elaboradas especificamente sen glute.
- Seguimos a traballar para mellorar a oferta de produtos sen glute tanto da nosa marca propia como de marcas doutros fabricantes, contando actualmente con 2359 produtos sen glute (1804 de diversas marcas e 555 produtos garantidos sen glute da nosa marca propia).
- Colaboramos no patrocinio das iniciativas levadas a cabo polas asociacións no Día Internacional do Celíaco, o 5 de maio, e o Día Nacional do Celíaco, o 16 de maio. CAPRABO levou a cabo durante todo o mes de maio diferentes accións de sensibilización coa Associació Celíacs de Catalunya, como un sorteo de produtos sen glute de marca propia ou un concurso en redes sociais sobre celiacuía e alimentación sen glute.

Nova gama *veggie*

En 2022 traballamos no desenvolvemento dunha nova gama de produtos de marca propia con selo V-Vegano, que responde ás novas demandas e gustos alimentarios do consumidor. De feito, o 44% dos consumidores españois compra produtos vexetarianos e o 7,8% da poboación maior de 18 anos residente en España é *veggie*. A nova gama EROSKI VEGGIE conta xa con 17 produtos especificamente formulados para ser alternativas idóneas en estilos de vida veganos, vexetarianos e flexitarianos.

Atención sobre alérxenos

Dende hai 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 2022 contamos con 558 produtos de marca propia sen glute, 122 produtos sen lactosa, 57 sen leite e 8 sen ovo.

Apoio ás necesidades das persoas maiores

Fomentamos o envellecemento activo das persoas mediante unha alimentación sa e equilibrada e a práctica de exercicio físico.

Como exemplo, CAPRABO sumouse á FiraGran 2022, o salón das persoas maiores en Cataluña. A feira ten como obxectivo promover os hábitos saudables entre as persoas maiores. Entre as máis de 300 actividades propostas, realizouse unha gran camiñada para maiores de 60 anos, na que CAPRABO entregou auga e pezas de froita aos participantes.

Así mesmo, participamos en grupos de traballo externos, con presenza institucional, para o colectivo sénior.

Alimentación infantil: coidamos ás próximas xeracións

GRI 413-1; 413-2

En EROSKI, a alimentación equilibrada de toda a poboación é unha prioridade, pero hai segmentos que requiren unha atención especial. O primeiro deles é o público infantil, tanto pola súa relevancia cuantitativa (os menores de 12 anos son máis de 5 millóns no noso país) como cualitativa (é un segmento poboacional de

especial atención cando falamos de alimentación saudable e de sobrepeso ou obesidade). En efecto, o sobrepeso e a obesidade infantil son un problema de saúde que preocupa ás familias e á sociedade, tal como revelou o Estudo ENPE de Fundación EROSKI e confirmaron outros estudos. Este problema será aínda maior no futuro se non se prevén e atalla. Por iso, queremos contribuír a que os nenos e nenas se alimenten de forma máis sa e equilibrada. Con este reto en mente, seguimos varias liñas de traballo:

- Contamos cunha gama infantil identificada que nos permite desenvolver criterios de selección para garantir a cobertura das súas necesidades e coñecer o número de produtos dispoñibles na nosa oferta comercial.
- Adecuamos a nosa publicidade en produtos infantís ao Código de Corregulación da Publicidade de Alimentos e Bebidas dirixida a menores, prevención da obesidade e saúde (Código PAOS), incluído dentro da estratexia NAOS da Axencia Española de Seguridade Alimentaria e Nutrición. E incluso fixemos modificacións do envase en produtos de marca propia ademais das esixencias do Código PAOS.
- Elaboramos un plan de contidos específico para familias novas, con fillos entre 0 e 12 anos, que se difunden a través das nosas distintas canles de comunicación.
- Formamos arredor de 150.000 escolares ao ano en hábitos de alimentación saudables e responsables.
- Organizamos talleres de gastronomía para escolares de primaria nas nosas tendas en colaboración co Basque Culinary Center.
- Medimos e avaliamos de forma periódica o sobrepeso e a obesidade infantil nos colexios.

Ademais, a Fundación EROSKI participou como experto na elaboración do 'Plan estratéxico nacional para a redución da obesidade infantil 2022 a 2030', unha iniciativa do Alto Comisionado para a Loita contra a Pobreza Infantil, que se presentou en xuño de 2022.

Estudo sobre o sobrepeso e a 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:

- 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.

- 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.

En 2022 elaboramos e enviamos aos colexios participantes os informes individuais cos resultados obtidos e con propostas de mellora personalizadas. Así mesmo, realizouse unha enquisa para recompilar as valoracións dos centros participantes, na que o 100% indicou que repetiría a experiencia.

Escola de Alimentación: saber máis para vivir mellor

Desde 2013, esta iniciativa da Fundación EROSKI fomenta unha alimentación equilibrada e uns hábitos de vida saudables entre a cidadanía. Pretende ser un punto de encontro de profesionais da saúde, da educación, pais e nais, escolares e resto de cidadáns comprometidos coa mellora da súa alimentación e estilo de vida.

<https://www.escueladealimentacion.es/gl>

Toda a información que se ofrece está actualizada e avalada polas investigacións máis recentes e por profesionais da saúde. A Escola de Alimentación colabora con gobernos autonómicos e con distintas organizacións relacionadas coa saúde e co consumo responsable. Ademais, foi recoñecida anteriormente por diferentes entidades, como a Academia Española de Nutrición ou a Estratexia NAOS.

Webinars formativos de saúde para familias novas

En febreiro de 2022 lanzamos esta nova iniciativa desde a Escola de Alimentación da Fundación EROSKI en liña coa crecente tendencia social de comunicar e relacionarse empregando este formato *online*. Permítenos levar a cabo varios encontros ao longo de cada exercicio de forma máis eficiente e facilita un maior impacto ao poder visualizar os vídeos xerados con posterioridade ao evento.

Os *webinars* van dirixidos á poboación adulta en xeral, aínda que priorizando na difusión da iniciativa aos nosos socios de EROSKI Club, e especialmente ao segmento de socios de familias novas con fillos, e ás nosas persoas traballadoras.

A audiencia dos 7 *webinars* que levamos a cabo en 2022 supera os 1600 participantes entre os asistentes en directo a cada evento e as visualizacións

posteriores dos vídeos en YouTube. Ademais, deron lugar a 6408 visitas á web da Escola de Alimentación e a 206.317 impresións nas redes sociais de EROSKI.

Programas Educativos en Alimentación e Hábitos Saudables (PEAHS)

A educación é a base para avanzar cara a unha nutrición máis sa, que evite problemas de saúde aos nenos e nenas. En EROSKI damos moita importancia aos programas educativos destinados a fomentar unha alimentación saudable e a promocionar hábitos de vida saudables. Por iso, estamos presentes nas escolas para divulgar pautas para unha mellor nutrición. A pandemia impulsou a dixitalización dos programas e tamén a interactividade. En 2022 retomamos a realización de talleres en tenda nalgúns provincias, xa que, debido á COVID-19, non puideron levarse a cabo no curso anterior.

Os programas educativos de CAPRABO e de VEGALSA-EROSKI están integrados na Fundación EROSKI.

Indicadores dos Programas Educativos en Alimentación e Hábitos Saudables

Indicador programas educativos	Curso 2021/2022	Curso 2020/2021	Curso 2019/2020
Escolares	159.442	126.839	126.002
Colexios	1.853	1.616	1.019
Talleres	119	0	522

Enerxía para Crecer

O obxectivo deste programa da Fundación EROSKI é facer fronte ás altas taxas de obesidade infantil e divulgar entre os nenos e nenas hábitos saudables de nutrición. Para iso conta con materiais didácticos destinados a tres niveis de idade. De 3 a 6 anos inclúe xogos e contos; entre 6 e 8 anos apórtase material para cinco unidades didácticas, e de 8 a 12 anos inclúe 10 unidades didácticas. Ademais, realízanse dous talleres prácticos fóra das aulas, con visitas a tendas e aula de cociña.

Os contidos do programa foron elaborados por un comité científico formado por profesionais da medicina, a nutrición e a dietética, a psicopedagogía, a pedagogía e a sustentabilidade.

En 2022 mantivemos o programa formativo semi presencial, que conta con máis contido dixital para facelo máis atractivo, interactivo e eficiente.

Debuxos para comer mellor: 'Imagine Food'

Dentro do noso programa Enerxía para Crecer, que levamos a cabo para concienciar os nenos e nenas e as súas familias da importancia de seguir unha dieta equilibrada e saudable, organizamos un concurso de debuxo: 'Imagine Food'. En 2022 publicouse o libro dixital coas receitas dos 30 pratos finalistas na cuarta edición do concurso 'Imagine Food' celebrado en 2021 en colaboración co Basque Culinary Center.

Elixer bo, elixer saudable: CAPRABO cos máis pequenos

Este é o programa de CAPRABO para unha educación en alimentación saudable destinado a menores de entre 2 e 12 anos. O programa baséase no decálogo de compromisos de saúde e de sustentabilidade de CAPRABO e conta co apoio de expertos dietistas-nutricionistas, pedagogos e mestres. O obxectivo é mostrarlles aos menores como comer mellor desde o momento de facer a compra.

En 2022 retomáronse ademais os talleres para escolares de primaria en tendas CAPRABO impartidos por nutricionistas. Como novidade este ano, algúns dos talleres foron guiados polos propios docentes do colexio que previamente recibiron os materiais necesarios para impartir o taller. Durante a Semana de Prevención de Residuos organizada en novembro, aproveitáronse os talleres tamén para sensibilizar os nenos e nenas sobre a importancia de reducir, reutilizar e reciclar.

Dentro do programa Elixer bo, elixer saudable, celebrouse tamén por sétimo ano consecutivo o Día Mundial das Froitas e Verduras. O obxectivo é sensibilizar as familias sobre a importancia de levar unha alimentación saudable, especialmente entre os máis pequenos. Da man do provedor de froita AM Fresh Iberia entregáronse 20.970 pezas de froita aos nenos e nenas que visitaron os supermercados CAPRABO en Cataluña. Esta edición contou ademais cun concurso en redes sociais, 'Consumir froitas e verduras ten premio', para promover os hábitos saudables.

Programas educativos de VEGALSA-EROSKI

VEGALSA-EROSKI tamén retomou en setembro de 2022, para o curso 2022/2023, outros programas como Visita o teu Súper, para fomentar hábitos de vida saudables e compra responsable; e Mates no teu Súper, onde se realiza unha visita á tenda para que os nenos e as nenas aprendan a facer a compra.

5 Compromiso coa sustentabilidade ambiental



EROSKI máis sostible

- Compromiso de **neutralidade de carbono a 2050**.
- Máis dun **40% de redución das emisións** de gases de efecto invernadoiro de alcance 1 e 2 desde 2017.
- Máis de **1400 produtos ecolóxicos**.
- Máis dun **15% de redución de plástico** nos nosos envases de marca propia.
- **97% de residuos** destinados a **reciclaxe ou valorización**
- Redución do 50% do consumo de **enerxía** na tenda de Lakua-Arriaga, referente do noso novo modelo enerxético.

Xestión ambiental responsable

GRI 2-27

En EROSKI temos a convicción de que coidar da nosa contorna natural é fundamental tanto para o éxito da nosa actividade como para impulsar unha sociedade máis sostible. Somos conscientes da nosa responsabilidade irrenunciable co medio ambiente e queremos, ademais, promover este compromiso en toda a nosa cadea de valor.

Por iso, ademais de cumprir minuciosamente coa lexislación nesta materia en tódolos seus ámbitos de actuación, esforzámonos por desenvolver unha xestión

ambiental que identifique, caracterice e minimize os principais impactos ambientais negativos e potencie os impactos positivos que xera a nosa actividade.

Política Ambiental

GRI 2-23; 3-3

Orientamos os nosos esforzos a minimizar o impacto sobre o cambio climático, o uso sostible dos recursos naturais, a promoción da economía circular para o aproveitamento de residuos e a preservación da biodiversidade sobre a base dos seguintes principios:

- Manter unha actitude proactiva que, ademais de garantir o cumprimento da normativa ambiental vixente, nos leve a adquirir compromisos máis ambiciosos.
- Prever a contaminación mediante a sistematización da nosa xestión ambiental, de maneira que nos permita controlar e evitar ou reducir o impacto ambiental asociado coa nosa actividade.
- O sistema de xestión medioambiental está baseado na mellora continua dos aspectos ambientais máis relevantes para a organización. Para iso fixamos anualmente obxectivos cuantificables e asignamos os recursos necesarios para a súa consecución.
- 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.
- O desenvolvemento sostible esixe actitudes de colaboración e participación de todos. Para iso, a formación e información das persoas son imprescindibles en tódolos niveis da organización.
- Establecer canles de comunicación fluídas con autoridades, comunidade local, organizacións sectoriais, provedores e consumidores que garantan unha difusión permanente e de maneira transparente dos impactos da nosa actividade, así como dos recursos e tecnoloxías que destinamos a minimizalos.

Obxectivos sustentables

GRI 2-23; 201-2

En coherencia coa nosa Política Ambiental, traballamos en distintas liñas de traballo:

- Incorporar produtos feitos de forma máis respectuosa co medio ambiente na nosa oferta comercial (o que inclúe tamén a mellora dos seus envases) e potenciar a venta a granel. Para iso, traballamos na tracción ambiental da nosa cadeas de subministración.
- Avanzar cara a transparencia ambiental en relación cos nosos produtos e servizos para facilitar unha compra responsable consciente aos nosos clientes.
- Mellorar os nosos procesos e centros loxísticos para ser máis eficientes e utilizar vehículos e equipamento menos contaminantes.
- Avanzar cara a un modelo de tenda ecoeficiente coa incorporación de medidas de eficiencia enerxética, autoconsumo, redución de consumo de auga ou outros materiais.
- Orientar a xestión dos nosos residuos cara a un modelo de economía circular e traballar para minimizar o desperdicio alimentario.
- Sensibilizar e formar os consumidores para unir forzas na protección do medio ambiente e a biodiversidade do noso contorno.

Avanzamos, por tanto, para cumprir co noso compromiso de ser unha empresa con cero emisións netas de gases de efecto invernadoiro en 2050.

Esta meta de neutralidade climática establecida en 2021 alíñase coa consecución dos Obxectivos de Desenvolvemento Sostible aprobados polas Nacións Unidas (ONU) en 2015, o cumprimento dos principios do Pacto Mundial da ONU e a nosa adhesión ao Código de Conduta Responsable da Unión Europea para Prácticas de *Marketing* e Negocios Alimentarios.

Así, como parte dos nosos 10 Compromisos pola Saúde e a Sustentabilidade fixados en 2018 e da folla de ruta que seguimos con esa mirada a futuro, establecemos uns obxectivos que nos empurran cara a unha mellora progresiva do noso impacto ambiental:

- Reducir un 25% as nosas emisións de CO₂ para 2025 para minimizar o noso impacto en cambio climático a través da eficiencia dos nosos equipos e procesos, o aumento do uso de enerxías renovables e un aprovisionamento máis sostible.

- Reducir un 20% as toneladas de envases de plástico convencional que comercializamos en 2025, con miras a minimizar a posible contaminación que xera este material no medio mariño e terrestre.
- Ter desperdicio cero na nosa actividade para xerar un impacto ambiental e social positivo a través da doazón e reutilización dos alimentos que non vendemos.
- Mellorar a circularidade dos nosos produtos e residuos a través do ecodeseño dos nosos envases de marca propia para que sexan 100% reciclables en 2025 e mediante a reciclaxe e a valoración dos residuos que xeramos.
- Incorporar certificacións ambientais nos nosos produtos para garantir que os seus procesos de produción sexan respectuosos co medio ambiente e os animais, unha esixencia en tódolos produtos da nosa marca EROSKI NATUR. Ademais, imos seguir ampliando a gama de produtos ecolóxicos con selos de benestar animal ou outros de boas prácticas agrícolas ou de fabricación, en paralelo a facilitar a capacitación dos nosos provedores para afrontar de forma conxunta este reto de neutralidade de carbono.

Xestión de riscos ambientais

GRI 307-1

En EROSKI incluímos na nosa análise de riscos os relativos ao medio ambiente desde dúas perspectivas: a xestión de crises medioambientais e sinistros, e o cumprimento das obrigas derivadas de cambios lexislativos e novos marcos normativos no que respecta a riscos ambientais. Neste sentido, o noso Plan de Prevención de Riscos Penais inclúe a identificación dos delitos contra os recursos naturais e o medio ambiente (artigos 325 a 328 do Código Penal). Nel identifícanse os comportamentos de risco, as medidas de prevención e o control específico que debe levarse a cabo.

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.

Non hai constancia de multas nin sancións non monetarias significativas polo incumprimento das leis ou normativas en materia de medio ambiente en 2022. Considérase sanción significativa aquelas cualificadas como 'moi graves' pola Administración que emite a sanción.

Riscos e oportunidades relacionados co cambio climático

GRI 2-27; 201-2

O cambio climático é unha realidade ineludible á que nos enfrontamos como sociedade. As empresas non estamos exentas de que nos afecten os seus efectos, polo que identificar posibles riscos non só pode evidenciar ameazas, senón tamén oportunidades. As organizacións estamos chamadas a innovar en modelos de negocios, produtos e procesos máis eficientes e responsables co medio ambiente, que cumpran cos estándares de protección ambiental e que fomenten a descarbonización.

En EROSKI estamos aliñados tanto coas boas prácticas recomendadas a escala nacional, internacional e sectorial como co marco xurídico actual para ir adaptándonos a esta situación e ir incorporando políticas, accións e procesos orientados a dar resposta a este desafío.

A Lei 7/2021, de 20 de maio, de cambio climático e transición enerxética, que entrou en vigor o 22 de maio de 2021, supuxo unha panca para impulsar os cambios na organización necesarios. Para dar os pasos cara ao cumprimento da lexislación, entre outros aspectos, centrámonos na análise e a divulgación dos riscos e as oportunidades con impacto financeiro derivados do cambio climático. Neste sentido, seguimos a traballar en 2022 de acordo co marco de divulgación de riscos e oportunidades da Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD) do Consello de Estabilidade Financeira.

Para identificar os riscos e oportunidades derivados do cambio climático partimos da análise dos posibles escenarios climáticos, das tendencias do mercado e do marco enerxético e regulamentario que puidese afectar as nosas actividades e unidades de negocio. No caso específico da análise de escenarios climáticos, realizamos unha análise bibliográfica de publicacións tomando como referencia os escenarios que propón o Grupo Intergubernamental de Expertos sobre o Cambio Climático (*Intergovernmental Panel on Climate Change*) de Nacións Unidas, a saber, RCP4.5 (escenario moderado) e RCP8.5 (escenario intensivo).

Desta maneira, a análise inclúe 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 distinguimos 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.

É importante detallar que, no caso dos provedores de produto fresco, en EROSKI traballamos maioritariamente con empresas proveedoras nacionais (97%), polo que tomamos en conta principalmente os posibles efectos do cambio climático no ámbito nacional.

En EROSKI somos conscientes de que se podería afondar nun estudo sobre os impactos a nivel rexional onde concentramos as nosas operacións ou onde se encontran as nosas empresas proveedoras, e outro en función de se o planeta se move cara a un escenario de altas emisións ou máis descarbonizado. Porén, enfocamos a nosa análise no ámbito nacional identificando os seguintes riscos climáticos relevantes para a nosa actividade a partir da Guía de escenarios rexionalizados de cambio climático sobre España e segundo os resultados do IPCC-AR5 do Ministerio para a transición ecolóxica e o reto demográfico:

Escenario de riscos asociados ao cambio climático

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 Ríoxa, 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 emisor. 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%.		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, incrementos da temperatura máxima de entre 2 e 3°C, superando os +3,5°C no sueste de Andalucía.		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 4,2 – 6,4°C.		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, en caso de ocorrencia, poden derivar en custos de reparación por danos e estragos nas nosas infraestruturas, xa sexa en tendas ou noutras instalacións.

Entre os riscos crónicos, o incremento medio da temperatura (incluíndo episodios puntuais de ondas de calor) pode impactarnos directamente ao aumentar progresivamente os custos de climatización en tendas, así como para o mantemento da cadea de frío. De acordo con algúns estudos, prevese un incremento do consumo enerxético asociado á refrixeración do 14% dos graos-día¹.

Por outra banda, as nosas empresas provedoras poden verse afectadas por estes eventos climáticos, que impactan nos seus procesos de produción e transporte. Isto podería repercutir para EROSKI en incrementos dos custos para a compra de produtos e na necesidade de buscar novos provedores alternativos.

Estas novas condicións climáticas terán previsiblemente un impacto no sector agrario. Deste modo, recolleemos os principais impactos que consideramos que poden afectar a actividade agraria:

- 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.

Por outra banda, cabe destacar o potencial de aparición e o incremento de transmisión de novas enfermidades epidémicas como consecuencia do cambio climático por cambios na distribución de vectores transmisores de enfermidades.

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 18º C da temperatura media diaria.

Este é un asunto relevante que debe terse en conta polo impacto que tivo a pandemia da COVID-19.

Respecto aos riscos transicionais (políticos/legais, tecnolóxicos, de mercado ou reputacionais), identificamos os seguintes:

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

	Riscos transicionais	Potencial impacto
Político/Legais	Crecente regulación existente e emerxente relacionada con aspectos climáticos.	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 tódolos sectores de actividade. 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 tódolos 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 implican 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. 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 refrixeración de refrixeradores en supermercados e sistemas de aire acondicionado, e que quedarán prohibidos a partir de 2030. Ademais, moitas destas normas probablemente implicarán a ampliación das necesidades de monitoreo e de <i>reporting</i> nos ámbitos relacionados coa mitigación e adaptación ao cambio climático.

	Riscos transicionais	Potencial impacto
	Mecanismos de fixación de prezos ao carbono	Aínda que EROSKI non está incluído actualmente dentro do réxime europeo de comercio de retos 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. 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. 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.
	Incremento dos custos de subministracións e materias primas	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. O aumento dos prezos do combustible poderá afectar aos custos de transporte de mercadorías, namentres 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. Impactos similares poden producirse pola alza nos prezos de determinadas materias primas ou dos produtos agrarios.

	Riscos transicionais	Potencial impacto
Tecnolóxicos	Custos de transición a unha economía baixa en carbono	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 sobe a que pode haber incerteza sobre o seu éxito. 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. 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).
Mercado	Cambios no comportamento do consumido	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. 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. 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

	Riscos transicionais	Potencial impacto
		caso do sector de viaxes, tendencias emerxentes como a da 'vergoña de voar'. Todos estes aspectos traduciranse en necesidade de investimento para evitar a perda de cota de mercado.
Reputacionais	Impactos reputacionais por falta de acción fronte ao cambio climático	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. 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. 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.

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. Isto aplica tamén ás nosas empresas proveedoras comerciais, que nun 60% son locais (e, na súa gran maioría, nacionais). Ademais, operamos con circuítos curtos de distribución e os nosos maiores centros loxísticos están situados na zona norte da península, onde determinados riscos climáticos poden ter menor intensidade. Ademais, vimos desenvolvendo grandes avances na descarbonización das nosas actividades loxísticas, recoñecidos coa segunda estrela Lean&Green. A todo iso, hai que engadir que desde hai anos vimos realizando investimentos importantes en materia de eficiencia enerxética nas

nasas 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. Por outro lado, temos un firme compromiso coa transparencia e a comunicación cos nosos clientes, polo que seguimos avanzando tanto no etiquetado nutricional como no ambiental dos produtos de marca propia. Así, fomos pioneiros en 2020 na publicación de declaracións de produto da nosa marca, e en 2022 volvemos selo coa incorporación do etiquetado Planet-Score nunha decena de alimentos nas nosas tendas.

En EROSKI asumimos que o cambio climático non só é unha ameaza senón que tamén é unha oportunidade para afondar aínda máis en accións de eficiencia enerxética e loxística das nosas operacións, para diversificar as nosas fontes de enerxía para transitar cara a descarbonización e, sobre todo, para impulsar a innovación e a diversificación nos servizos e produtos que ofrecemos baixo estándares máis sostibles e responsables. Así diriximos todas as nosas accións e iniciativas cara a un obxectivo maior: contribuír a mellorar o noso grao de resiliencia fronte aos riscos relacionados co cambio climático.

Emisións de Gases de Efecto Invernadoiro (GEI): a nosa pegada de carbono

GRI 305-1; 305-2; 305-3; 305-4; 305-5

Para EROSKI, a transparencia dos nosos compromisos e o noso desempeño climático e ambiental é fundamental para ter a información máis obxectiva e veraz posible que nos permita tomar as mellores decisións e executar as accións máis eficientes e oportunas.

Por iso, reportamos a nosa pegada de carbono desde hai anos para as emisións directas e indirectas por consumo enerxético, incorporando progresivamente información sobre o resto das emisións indirectas. Neste sentido, temos o reto en 2023 de calcular unha primeira aproximación á nosa pegada completa de organización, que nos permitirá concretar en máis detalle a nosa folla de ruta cara a neutralidade de carbono, especialmente no referente á nosa cadea de subministración.

En 2022 reducimos un 5% o total da pegada de carbono para o alcance actualmente calculado. Desde 2017, ano previo a establecer os nosos 10 Compromisos pola Saúde e a Sustentabilidade, a redución foi do 42%, o que supera con creces o obxectivo do 25% de redución fixado para 2025. Na medida

en que dispoñamos do alcance completo das nosas emisións de GEI, poderemos concretar a evolución global da nosa pegada de carbono.

Tipo de emisións GEI consideradas na pegada de carbono e fontes de orixe

Emisións directas	Emisións indirectas	
Alcance 1 ²	Alcance 2	Alcance 3 ²
Emisións por combustión móbil - Consumo de combustible durante o transporte loxístico por estrada e marítimo a través de empresas subcontratadas. - Producción de diésel consumido en transporte por estrada en loxística.	Emisións indirectas GEI por enerxía importada - Emisións asociadas ao consumo de electricidade.	Emisións causadas polo desprazamento de traballadores e clientes aos centros - Consumo de combustible no transporte por estrada e avión de traballadores e emisións asociadas ás súas estancias de hotel. - Producción de diésel consumido en viaxes de traballo.
Emisións de combustión estacionaria - Combustión de gas natural en instalacións propias. - Diésel consumido polos elementos accesorios das plataformas: grupos electrógenos, bombas de auga, etc.		Emisións causadas polo abastecemento de auga potable e o tratamento de auga residual - Consumo de auga potable.
Emisións fuxitivas directas en sistemas antropoxénicos - Fugas de refrixerantes en sistemas de frío.		Emisións causadas pola fabricación de consumibles empregados. - Consumo de papel en sede, publicidade e revistas.

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

² En 2022 reclasificáronse as emisións polo consumo de combustible en transporte seguindo un criterio de control operacional, xa que os vehículos e o persoal pertencen a empresas terceiras contratadas por EROSKI para dar este servizo (en 2021 aplicouse o criterio de control financeiro e presentáronse dentro do alcance 3). As emisións indirectas de Alcance 3 son consecuencia das actividades de EROSKI, pero proceden de fontes que non son propiedade de EROSKI nin este ten 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 engadíronse o transporte loxístico marítimo e as estancias en hoteis durante viaxes de traballo. Prevese seguir ampliando as actividades incluídas no Alcance 3 da pegada de carbono de EROSKI en próximos exercicios. Así mesmo, en 2022 engadiuse o consumo de gasóleo dos elementos accesorios de plataformas de alcance 1.

Emisións GEI por fonte (toneladas CO₂ eq.)

	2022	% 2022	2021	2020	2017	Variación 2021- 2022 (%)	Variación 2017- 2022 (%)
Emisións directas (Alcance 1)	126.091	52%	132.508	153.515	181.207	-5%	-30%
Refrigerantes	60.886	98%	66.306	83.434	117.973	-8%	-48%
Gas Natural	934	2%	1.053	1.411	1.593	-11%	-41%
Diésel elementos accesorios plataformas (grupos electróxenos, bombas de auga, etc.)	52	0,1%	-	-	-	-	-
Transporte loxístico estrada	59.540	72%	63.248	66.854	61.641	-6%	-3%
Transporte loxístico marítimo	4.679	6%	1.902	1.816	0	146%	-
Emisións indirectas por consumo eléctrico (Alcance 2) – Mix nacional¹	109.320	45%	110.041	114.433	248.366	-1%	-56%
Hipermercados	12.692	12%	14.140	17.193	54.528	-10%	-77%
Supermercados	80.398	74%	78.960	79.525	157.672	2%	-49%
Plataformas	10.825	10%	11.395	12.526	21.878	-5%	-51%
Outros negocios	5.405	5%	5.546	5.189	14.288	-3%	-62%
Emisións indirectas por consumo eléctrico (Alcance 2) – Mix comercializadoras¹	97.924	40%	98.569	68.660	218.141	-1%	-55%
Hipermercados	11.369	12%	12.666	10.316	47.892	-10%	-76%
Supermercados	72.017	74%	70.729	47.715	138.484	2%	-48%
Plataformas	9.697	10%	10.207	7.516	19.216	-5%	-50%
Outros negocios	4.841	5%	4.967	3.113	12.549	-3%	-61%
Outras emisións indirectas (Alcance 3)	18.143,11	7%	25.002	24.110	21.547	-27%	-16%
Viaxes traballo aéreo e por estrada (emisións combustión)	5.170	6%	4.437	3.808	3	17%	-
Estancias de hotel	240	0,3%	230	154	0	5%	-
Diésel transporte (do pozo ao tanque)	11.432	14%	11.372	12.056	11.064	1%	3%
Diésel viaxes traballo (do pozo ao tanque)	1.001	1%	590	497	554	70%	81%
Viaxes traballo tren	4	<0,1%	7	0	0	-45%	-
Auga	289	0,4%	321	330	314	-10%	-8%
Papel consumido en sede EROSKI, folletos, billetes e revistas	7	<0,1%	8.044	7.265	9.612	-100%	-100%
Total (con mix comercializadora)	242.158		256.079	246.285	420.895	-5%	-42%

¹As emisións de alcance 2 calculáronse de dúas maneiras: 1) empregando o factor de emisión para a electricidade, o factor de emisión nacional de comercializadoras sen garantías de orixe; 2) empregando o factor de emisión das comercializadoras contratadas por EROSKI en 2022 segundo o etiquetado de electricidade de 2021 da Comisión Nacional dos Mercados e a Competencia (CNMC). O dato total corresponde á suma do alcance 1, o alcance 2 – mix comercializadoras e alcance 3.

Tódolos factores de emisión empregados para o cálculo da pegada de carbono repórtanse na páxina 224-225 do capítulo 8 'Compromiso coa transparencia'.

Intensidade das emisións de gases de efecto invernadoiro

Emisións de GEI (tCO ₂ eq)	2022	2021	2020	2017	Variación 2021- 2022 (%)	Variación 2017- 2022 (%)
Total						
g CO ₂ eq/€ vendas netas	50,2	56,4	51,2	87,8	-11%	-43%
kg CO ₂ eq/m ² superficie comercial	205,2	215,3	207,1	310,3	-5%	-34%
Alcance 1						
g CO ₂ eq/€ vendas netas	26,1	29,2	31,9	37,8	-10%	-31%
kg CO ₂ eq/m ² superficie comercial	106,9	111,4	129,1	133,6	-4%	-20%
Alcance 2 (mix nacional)						
g CO ₂ eq/€ vendas netas	22,6	24,2	23,8	51,8	-7%	-56%
kg CO ₂ eq/m ² superficie comercial	92,6	92,5	96,2	183,1	0,1%	-49%
Alcance 2 (mix comercializadoras)						
g CO ₂ eq/€ vendas netas	20,3	21,7	14,3	45,5	-7%	-55%
kg CO ₂ eq/m ² superficie comercial	83,0	82,9	57,7	160,8	0,1%	-48%
Alcance 3						
g CO ₂ eq/€ vendas netas	17,1	19,9	19,3	17,4	-14%	-2%
kg CO ₂ eq/m ² superficie comercial	69,8	75,8	78,0	61,3	-8%	14%
Alcances 1 y 2						
g CO ₂ eq/€ vendas netas	46,4	50,9	46,2	83,3	-9%	-44%
kg CO ₂ eq/m ² superficie comercial	189,8	194,3	186,9	294,4	-2%	-36%

Accións para impulsar a sustentabilidade ambiental

GRI 3-3

Abordamos o impulso da sustentabilidade ambiental cun enfoque de colaboración, que abarca toda a nosa cadea de valor. Así, buscamos involucrar tamén a actores externos para garantir que avanzamos en todas as fases da nosa actividade. Para iso, e tomando como guía os nosos 10 Compromisos pola Saúde e a Sustentabilidade, traballamos en distintas liñas de actuación que inclúen o deseño e a produción dos nosos produtos e envases, as nosas actividades loxísticas, as nosas tendas, a xestión dos residuos e a comunicación e a sensibilización das persoas consumidoras.

Produtos máis sustentables

Para cumprir co noso compromiso de sustentabilidade consideramos fundamental colaborar con empresas proveedoras responsables que estean aliñadas cos nosos obxectivos e así poder afianzar o factor ambiental na nosa oferta. Para nós é fundamental velar por que tódolos procesos produtivos, desde a orixe das materias primas ata as operacións de transformación, manipulación e a xestión de refugallo, reduzan o seu impacto ambiental. Isto inclúe a erradicación de tratamentos fitosanitarios post-colleita, a certificación das nosas peixarías 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.

Velamos por ofrecer aos nosos clientes produtos cun mellor comportamento ambiental a través de tres liñas de traballo principais:

- A garantía da orixe sostible dos produtos.
- O fomento dos produtos locais e o consumo de proximidade.
- O ecodeseño dos envases e produtos das nosas marcas propias.

Orixe sustentable certificada

En cumprimento da nosa misión como organización, traballamos desde os nosos inicios para ofrecer alternativas máis saudables e sostibles ás persoas consumidoras. Para iso, apoiámonos en diversas certificacións, etiquetas e marcas que garantan producións máis respectuosas co medio ambiente, o benestar animal e a biodiversidade terrestre e mariña.

Alguns dos logros máis relevantes en 2022 nesta materia son:

- Máis de 1.400 produtos ecolóxicos dentro da nosa oferta comercial, entre eles 105 da nosa marca propia.
- 441 mostradores e 8 plataformas loxísticas de pesca certificadas por Marine Stewardship Council (MSC) e GLOBALG.A.P (GGN).
- 456 produtos da nosa marca EROSKI NATUR que inclúen certificacións como GlobalG.A.P., Producción Integrada ou de benestar animal
- O 100% do noso atún en conserva cumpre cos principios da International Seafood Sustainability Foundation (ISSF).
- 17 produtos belle NATURAL contan coa certificación COSMOS Natural de ECOCERT.
- Contamos con 395 produtos con selo FSC®, PEFC ou SFI

Comprometidos co benestar animal

A fin de ofrecer unha gama sostible e responsable, levamos a cabo avances e melloras nos estándares de benestar animal dos produtos que comercializamos. Así, traballamos desde hai anos na incorporación nos nosos produtos de orixe animal de certificacións que velen polo benestar animal:

- **Selo Welfair® de Bienestar Animal:** EROSKI incorporou o selo Welfair® de Benestar Animal a moitos dos produtos da súa marca:
 - A totalidade das súas carnes brancas de marca propia (pavo fresco, coello e polo) e a gran maioría de outras marcas.
 - A carne de porco da súa marca EROSKI NATUR.
 - O Ternasco de Aragón da súa marca EROSKI NATUR.
 - O vacún Provedella de marca EROSKI NATUR, a Ternera del Pirineo e a Ternera Balear.
 - O leite local de marca EROSKI no País Vasco, Navarra, Galicia e Baleares.
 - O 100% das granxas que subministran ovos a EROSKI superaron a auditoría do selo Welfair®.

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 implica 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.

- **Producción ecolóxica:** EROSKI incorpora progresivamente produtos máis respectuosos co benestar animal e o medio ambiente, como os produtos ecolóxicos coas súas marcas EROSKI BIO e EROSKI NATUR BIO, que xa suman 105 artigos.
- **Selo GlobalG.A.P. en acuicultura:** EROSKI dispón tamén da certificación GlobalG.A.P. de acuicultura ao peixe de crianza EROSKI NATUR, que estipula uns requisitos específicos e esixentes respecto ao benestar animal dos peixes, tanto durante a súa cría como transporte e sacrificio.

Ademais da incorporación de selos externos de referencia, EROSKI adoptou os seguintes compromisos:

- **Ovos de galiñas libres de gaiola en 2024:** Traballamos para que o 100% dos ovos frescos que comercializamos proveñan de galiñas libres de gaiola en 2024. Actualmente xa cumprimos con este obxectivo no perímetro de CAPRABO. E, no global, o 44% das unidades que vendemos, o 57% en ventas, provén de produción ecolóxica, de galiñas campeiras ou criadas a chan. Seguimos avanzando neste compromiso cada ano; porén, a afectación no sector do incremento de custos de materias primas e enerxía, e outros aspectos como a gripe aviar, que provocou problemas de subministración, freou algo o ritmo de conversión a sistemas alternativos nas granxas.
- **Ingredientes de ovos de galiñas libres de gaiola en 2025:** EROSKI tampouco utilizará ovos frescos nin produtos de ovo de galiñas engaioladas como ingrediente nos produtos da súa marca propia en 2025. Actualmente estamos a traballar cos provedores nun diagnóstico da situación e en definir a folla de ruta para acadar este obxectivo.
- **Compromiso Europeo do Polo na marca propia en 2026:** EROSKI deu un paso máis en 2022 coa adopción do Compromiso Europeo do Polo (European Chicken Commitment, ECC) para as súas marcas propias, tanto en produto fresco e conxelado como en produtos elaborados que conteñan polo nunha proporción superior ao 50% da receita. Para poder acadar ese obxectivo, EROSKI considera necesario que o resto dos actores do sector e a normativa dean tamén o paso de adherirse e asumir o Compromiso Europeo do Polo, posto que implicará unha moi importante transformación dos sistemas de crianza maioritarios nun produto de moi alta penetración nos fogares españois como fonte imprescindible de proteína de calidade a un prezo que debe ser sostible.

O Compromiso Europeo do Polo é un acordo voluntario promovido por 36 organizacións de 19 países que impulsan a mellora dos estándares de benestar animal de polo de engorde. Esixe o cumprimento en 2026 de diversos requisitos (relativos á densidade das instalacións, a elección de especies de crecemento lento, a iluminación e a calidade do aire, entre outros) que superan as actuais esixencias mínimas que establece a lexislación.

A actual proposta comercial de EROSKI xa cumpre con estas esixencias de especies de crecemento lento, dispoñibilidade de luz natural e mellora da calidade do aire, entre outras, en toda a súa marca EROSKI NATUR, que incorpora, ademais, diferenciais adicionais aos requisitos do ECC, como unha menor densidade de ocupación nas granxas e unha alimentación 100% vexetal (cun 50% de millo e un 15% doutros cereais). Ademais, das auditorías internas de calidade levadas a cabo por EROSKI, un organismo externo, Certicar, audita o cumprimento de parte dos requisitos do ECC nas instalacións dos seus provedores da súa marca EROSKI NATUR e estamos a traballar para que abrangan o 100% dos requisitos. En coherencia co noso compromiso de transparencia cos nosos grupos de interese, reportamos o estado de situación actual en relación con este obxectivo

- O 100% dos polos cumpre con todas as leis e regulacións da UE en materia de benestar animal.
- O 25,9% das vendas de polo de marca propia cumpre co 100% dos requisitos de ECC, a excepción do criterio de auditoría externa no que estamos a traballar.
- O 29,1% das vendas son de animais con densidade menor a 30 kg/m².
- O 29,1% das vendas son de animais de raza de crecemento lento.
- O 25,9% das vendas son de animais que se crían cos estándares medioambientais mellorados.
- O 81,4% das vendas fanse con animais con atordado atmosférico.

Adicionalmente, e tal e como se explica no apartado 'Comunicación e sensibilización ambiental' deste capítulo (páxina 175), incorporamos en 2022 un etiquetado sobre os sistemas de crianza do polo na nosa marca propia para facilitar unha elección de compra consciente aos nosos clientes.

Produtos ecolóxicos

Apostamos por ampliar a oferta de alimentos procedentes da agricultura e a gandería ecolóxicas que garantan as mellores prácticas medioambientais e que fomenten a preservación da biodiversidade e os recursos naturais e o respecto polo benestar animal. En 2022 lanzamos 15 novos produtos ecolóxicos dentro das

nosas marcas propias EROSKI Eco, EROSKI BIO e EROSKI NATUR BIO, acadando así as 105 referencias en total. Estas súmanse á gama de produtos ecolóxicos doutras marcas que comercializamos nas nosas tendas e que supoñen no seu conxunto 1401 referencias de ecolóxicos na oferta aos nosos clientes.

Pesca máis sostible

No marco do noso firme compromiso por preservar a biodiversidade dos mares e os océanos, aprobamos en abril de 2017 a Política de Pesca Sostible de EROSKI co propósito de fomentar un aproveitamento racional dos recursos mariños e de ofrecer aos nosos clientes a posibilidade de comprar cada vez máis pescado de orixe sostible.

Como cada ano, sometémonos á auditoría anual para a certificación de cadea de custodia de Marine Stewardship Council (MSC) para peixe procedente de caladoiros sostibles e de GlobalG.A.P. acuicultura para o peixe de crianza, polo que seguimos sendo o primeiro gran distribuidor retalista de España con mostradores de peixaría certificados. Contamos con 441 mostradores de peixaría e 8 plataformas certificadas en total.

En recoñecemento a este fito, en 2022 fomos galardoados na II Edición dos Premios Mares para Siempre de MSC, na categoría 'Peixarías certificadas MSC' polo noso labor pioneiro en produto fresco a granel con selo azul.

Por outra banda, en 2022 aumentamos un 7,5% as nosas compras de peixe con certificación en sustentabilidade, acadando as 5959 toneladas. Deste total, 1927 toneladas corresponden a peixe certificado por MSC; 1462 toneladas, a peixe de acuicultura con selo GGN (GLOBALG.A.P. Number) e 2570 toneladas teñen o selo de Atún de Pesca Responsable (APR).

Ademais, destacan outras 2.597 toneladas de conservas de atún capturado con artes de pesca sostibles que, sumadas ás toneladas de conservas de atún con selo MSC e APR, fan que o 85% do volume do atún capturado para as conservas de EROSKI proveña de artes de pesca máis responsables (pesca a cana, APR, sen obxecto FAD —dispositivos para concentrar a pesca—, MSC e FIP —proxecto de mellora pesqueira—).

En relación co atún, cabe destacar que en EROSKI traballamos só con provedores que asinaron a nosa Política de Pesca Sostible para esta especie, que non acepta atún procedente de países apercibidos coa tarxeta amarela pola Unión Europea por incumprir as medidas aprobadas polos Organismos Rexionais de Pesca (ORP) e non establecer medidas para acabar coa pesca ilegal.

En 2022 comercializamos en total 188 referencias de peixe sostible entre frescos, conxelados, conservas e comida para mascotas.

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

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 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 prioriza os produtos locais co propósito de potenciar o desenvolvemento agroalimentario, económico e social do noso contorno, favorecer a nosa soberanía alimentaria e minimizar os impactos ambientais no transporte dos produtos a través dun consumo de proximidade. Así, o 95% dos

nosos provedores comerciais son de orixe nacional e, deles, o 60% produce na mesma comunidade autónoma onde se comercializa o seu produto. Ademais, puxemos en marcha unha tenda *online* de venta de produtos de circuío corto: EROSKI azoka. Por outro lado, lanzamos un programa de acompañamento a empresas proveedoras locais para facilitarlles as ferramentas necesarias para que avancen cara a unha produción máis sostible. As nosas accións para impulsar o consumo local detállanse no capítulo 'Compromiso co contorno local' (páxina 181-185).

Ecodeseño de envases e embalaxes

GRI 301-1; 301-2; 306-2; 3-3

En EROSKI abordamos a mellora dos nosos envases e embalaxes con dúas metas: a mellora da súa circularidade para que poidan aproveitarse de novo ao final da súa vida útil e a minimización da contaminación por plásticos que sofre o noso planeta. Con base nestas dúas perspectivas traballamos de forma integral despregando medidas que abarcan tanto as bolsas de caixa como as embalaxes de envasado en tenda e os envases da nosa marca propia. E facémolo aplicando a xerarquía de residuos (orientados por tanto dar prioridade a prevención e á reutilización) e traballando o deseño para a súa reciclabilidade, ademais de potenciando o uso de materiais de orixe renovable ou reciclado.

Bolsas de caixa

En EROSKI traballamos desde hai anos para promover a reutilización das bolsas de caixa. Así, en 2009 lanzamos a bolsa non desbotable de rafia fabricada con plástico reciclado; en 2010 comezamos a cobrar a bolsa dun só uso —o que impulsou unha redución do consumo en máis de 293 millóns de bolsas entre 2009 e 2010— e, en 2013, lanzamos a bolsa solidaria: unha cómoda bolsa de tea reutilizable cuxos beneficios se destinan integramente a causas sociais.

A estas accións, que aínda mantemos, sumamos en 2019 unha ampla gama de solucións máis sostibles para substituír a bolsa da compra de plástico convencional. Así, incorporamos unha bolsa con máis dun 55% de plástico reciclado, unha bolsa de papel con selo FSC® 100% reciclable, e outra bolsa compostable, fabricada con materiais de orixe vexetal renovable e que se pode non desbotar como bolsa de lixo para a fracción orgánica. Isto fai que o 64% do material que utilizamos para as bolsas sexa de orixe renovable (5%) ou reciclada (49%).

Todas estas medidas tradúcense nunha redución do 5% do número de bolsas comercializadas en 2022, que supón en total un 55% de descenso desde 2018, ano

anterior a producirse o cambio de bolsas. Así mesmo, este ano reducimos un 3% das toneladas de materiais utilizados.

Bolsas de caixa comercializadas (unidades)

	2022	2021	2020	2018	Variación 2021-2022 (%) ¹	Variación 2018-2022 (%) ¹
Bolsas de plástico non desbotables certificadas por AENOR	0	0	11.649.297	78.996.640	-	-100%
Bolsa de rafia, cun 70% de plástico reciclado, non desbotable	1.762.194	1.749.490	1.724.316	1.404.542	1%	25%
Bolsa solidaria non desbotable	133.542	115.210	151.118	221.122	16%	-40%
Bolsa con máis dun 55% de plástico reciclado	78.247.854	79.751.004	53.074.958	164.825	-2%	47373%
Bolsa de papel	1.067.306	1.548.907	1.444.790	16.569	-31%	6342%
Bolsa compostable	6.610.753	8.936.224	11.897.612	338.898	-26%	1851%
Bolsas de plástico dun só uso	0	0	10.219.090	33.129.309	-	-100%
Mallas non desbotable	14.201	37.128	56.695	0	-62%	100%
Outras bolsas	132.674	165.664	20.118	182.260	-20%	-27%
Total	87.968.525	92.303.628	90.237.993	673.579.321	-5%	-23%

¹O cambio de bolsas de caixa iniciouse en 2019, cando se incorporaron as bolsas de papel, compostables e con máis dun 55% de material reciclado.

Materiais utilizados nas bolsas de caixa (toneladas)

	2022	2021	2020	2018	Variación 2021-2022 (%)	Variación 2018-2022 (%)
Plástico	2.600	2.668	2.222	3.418	-3%	-24%
Bioplástico	92	112	146	5	-18%	1654%
Plástico reciclado	1.573	1.606	1.096	1.449	-2%	9%
Plástico convencional	935	949	980	1.963	-1%	-52%
Papel/cartón	41	43	31,6	0,3	-4%	11707%
Total	2.642	2.710	2.254	3.418	-3%	-23%

Embalaxes de envasado en tenda

En 2018 establecemos o obxectivo de reducir un 21% as toneladas de plástico convencional dos nosos produtos frescos envasados en tenda para 2021. Logramos superar esta meta un ano antes, en 2020, ao conseguir unha diminución do 52%. Isto foi posible grazas a medidas como a substitución das bolsas de polietileno por bolsas compostables, o uso de sobres de papel como alternativa ao plástico e a implantación de ata un 80% de plástico reciclado nas bandexas de envasado en tenda de pan, docería e outros produtos. En 2022 mantivemos a tendencia á baixa, tanto en unidades utilizadas (-2%) como en toneladas de materiais empregados (-33%). Isto implica unha redución acumulada do 58% das unidades servidas e do 61% das toneladas de plástico convencional empregadas desde 2018. O 75% do material que utilizamos para as embalaxes é de orixe renovable (64%) ou reciclada (11%).

Para acadar estes resultados, promocionamos tamén o uso de envases reutilizables nas nosas seccións de fresco. Concretamente, permitimos o uso dos propios envases dos clientes, como friameiras, nas seccións de carnicería, chacinaría e peixaría, ou a nosa bolsa de malla non desbotable como alternativa á bolsa de plástico dun só uso para a compra de froita e verdura a granel, que regalamos a tódolos Socios Ouro de EROSKI Club no momento do seu lanzamento.

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

	2022	2021	2020	2018	Variación 2021-2022 (%)	Variación 2018-2022 (%) ¹
Bandexas	28.838.924	29.668.808	29.648.301	-	-3%	-
Bolsas	208.052.566	211.115.069	268.131.168	-	-1%	-
Botellas	384.664	387.929	299.606	-	-1%	-
Papel de mostrador	33.145.108	36.377.091	50.338.650	-	-9%	-
Sobres de mostrador	19.432.800	22.721.800	1.399.000	-	-14%	-
Outros	11.902.727	8.885.015	7.340.777	-	34%	-
Total	301.756.789	309.155.712	357.157.502	673.579.321	-2%	-55%

¹Non dispoñemos de datos desagregados por tipo de embalaxe en 2018, só do total.

Materiais de embalaxes de envasado en tenda (bolsa, film e bandexas de frescos) (toneladas)

	2022	2021	2020	2018	Variación 2021-2022 (%)	Variación 2018-2022 (%)
Plástico	1.626	2.766	1.729	1.775	-41%	-8%
Bioplástico	713	1.787	223	0	-60%	-
Plástico reciclado	279	303	364	132	-8%	110%
Plástico convencional	634	676	1.143	1.642	-6%	-61%
Papel/cartón	974	1.036	938	938	-6%	4%
Papel/cartón reciclado	0	4	3	0	-100%	-
Papel/cartón virxe	974	1.032	935	938	-6%	4%
Metais	3	0,1	0	0	4400%	-
Outros materiais	0,5	61	66	59	-99%	3%
Total	2.603	3.863	2.733	2.713	-33%	-4%

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

	2022	2021	2020	Variación 2021-2022 (%)
Plástico	10.578	13.052	12.180	-12%
Bioplástico	824	1.921	389	-19%
Plástico reciclado	2.815	3.046	2.716	-57%
Plástico convencional	6.939	8.085	9.075	-8%
Papel/cartón	9.668	10.727	11.353	-14%
Papel/cartón reciclado	4.504	5.035	5.472	-10%
Papel/cartón virxe	5.164	5.692	5.881	-11%
Metais	2.262	2.607	2.814	-9%
Vídeos	8.949	9.187	10.377	-13%
Outros materiais	159	245	10.443	-3%
Total	31.616	35.818	37.007	-35%

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 (BEC), unha iniciativa de colaboración público-privada que une os esforzos de empresas e da Sociedade Pública Vasca de Xestión Ambiental Ihobe, con quen colaboramos para o estudo e a execución de proxectos de innovación en ecodeseño. A iniciativa conta ademais co apoio da Universidade do País Vasco (UPV-EHU) e de centros de coñecemento líderes a escala internacional.

En liña coa nosa traxectoria de mellora dos envases, en 2018 fixémonos como meta reforzar as accións de ecodeseño dos nosos envases de marca propia para cumprir dous obxectivos: que sexan 100% reciclables e lograr reducir un 20% as toneladas de envases de plástico convencional que comercializamos en 2015.

A primeira medida que intentamos implantar sempre é a eliminación do envase e, en consecuencia, impulsamos a venta 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%. Seguiremos traballando nesta liña en 2023, impulsados ademais pola nova normativa de envases aprobada a finais de 2022.

En paralelo, iniciamos en 2020 a análise dos nosos envases de marca propia de alimentación e frescos para medir a súa pegada plástica e reciclabilidade e poder definir así accións de ecodeseño específicas para cada unha. Actualmente contamos cun diagnóstico de 3352 referencias de 390 das nosas empresas proveedoras. Con base nese diagnóstico, fomos despregando accións como a eliminación dos elementos do envase superfluos desde a preservación da seguridade alimentaria ou a funcionalidade para o consumidor, a optimización das relacións de material empregado por envase, a incorporación de materiais de orixe renovable ou reciclada, e o redeseño conforme ás guías de mellora da reciclabilidade existentes, como o uso dun só material por cada elemento do envase ou o uso de cores claras.

Neste contexto, ecodeseñamos 188 envases da nosa marca propia en 2022, que ascenden a 307 desde 2020. Destacamos entre as accións realizadas as seguintes:

- Remolacha e mazaroca cocida EROSKI cun envase cun 40% menos de plástico que o envase anterior.
- Zumes de laranxa, de piña e de mazá EROSKI SELEQTIA, cuxas botellas se fabrican con plástico 100% reciclado e son 100% reciclables ao tratarse de PET monocapa transparente.
- Papel hixiénico e de cociña EROSKI ECO, cun envase 100 % de papel procedente de fontes responsables, con certificación FSC®.

Grazas a todas estas medidas, reducimos este ano un 14 % tanto o número de envases de marca propia como as toneladas totais de plástico convencional comercializadas (1091 toneladas). Se analizamos a relación de gramos de plástico por unidade de marca propia vendida, a redución do plástico convencional

alcanzada foi do 15% respecto ao ano 2020, o que supón evitar 966 toneladas de plástico convencional ao ano³.

Por outro lado, incrementamos 4,7 puntos porcentuais a reciclabilidade media desde 2020 ata acadar o 69,2%, o que supón un 7% de mellora. Neste sentido, formamos parte de distintos proxectos de innovación nacionais e europeos para avanzar cara a envases cunha maior circularidade, como Informpack, SISTERS, REDYSING ou BOTTLE4FLEX Danse máis detalles no apartado de innovación do capítulo 2 'Modelo de negocio' (páxina 68).

Un 20,7% dos materiais empregados nos nosos envases de marca propia son de orixe reciclada. Non se dispoñe de información centralizada sobre a cantidade e o tipo de materiais utilizados nos 130.555 artigos diferentes comercializados que inclúen tamén marcas de fabricante.

Envases de marca propia de frescos e alimentación comercializados

	2022	2021	2020	Variación 2021-2022 (%)
Envases de marca propia de frescos e alimentación	494.281.305	573.111.349	629.992.279	-14%

Indicadores de ecodiseño de envases de marca propia

	2022	2021	2020	Variación 2021-2022 (%)	Variación 2020-2022 (%)
N.º de referencias ecodiseñadas	307	119	17	158%	1706%
% reciclabilidade	69,2%	67,9%	64,5%	2%	7%
Relación de gramos de plástico convencional por unidade de venda	6,15	7,48	7,26	-18%	-15%

³ A redución presentada para o plástico convencional é a porcentaxe de diminución da relación de kg de plástico convencional comercializados por unidade de venda de marca propia entre 2022 e 2021. Neste sentido, tívéronse en conta as unidades de produtos con envase e sen el para poder dimensionar o impacto da potenciación do granel na nosa marca propia. Pola súa banda, as toneladas evitadas corresponden á diferenza entre a relación de kg de plástico por unidade de cada ano, multiplicada polo número de unidades de marca propia vendidas en 2022.

Materials utilizados nos envases de marca propia (toneladas)

	2022	2021	2020	Variación 2021-2022 (%)
Plástico	6.350	7.619	8.229	-17%
Bioplástico	18	22	20	-18%
Plástico reciclado	963	1.137	1.257	-15%
Plástico convencional	5.369	6.460	6.952	-17%
Papel/cartón	8.653	9.647	10.383	-10%
Papel/cartón reciclado	4.504	5.030	5.469	-10%
Papel/cartón virxe	4.149	4.617	4.914	-10%
Metais	2.260	2.606	2.813	-13%
Vidro	8.949	9.188	10.377	-3%
Outros	159	185	218	-14%
Total	26.371	29.245	32.020	-10%

Loxística sostible

Aliñados co noso compromiso medioambiental, en 2022 logramos a segunda estrela Lean&Green, que outorga a Asociación de Fabricantes e Distribuidores (AECOC), por ter alcanzado unha redución do 32% das nosas emisións de gases de efecto invernadoiro nos procesos de loxística e transporte no exercicio 2021 respecto ao de 2015.

Seguimos avanzando na mellora das nosas operacións loxísticas para reducir un 5% máis en dous anos e conseguir así a terceira estrela Lean&Green. Para iso, desenvolvemos diferentes iniciativas que están detalladas no apartado 'Loxística sostible' do capítulo 2 'Modelo de negocio' (páxina 64-65).

Tendas innovadoras e ecoeficientes

GRI 302-1; 302-2; 302-3; 302-4

En EROSKI propuxémonos renovar e ampliar a nosa rede comercial para adaptala ao modelo 'contigo', o que inclúe adoptar medidas para mellorar a construción e a súa xestión baixo parámetros ambientais que permitan reducir o consumo enerxético en arredor dun 35% en comparación cunha tenda do modelo anterior e integrar unha xestión circular dos residuos enfocara ao desperdicio cero.

Novo modelo enerxético: mais eficiente e sostible

O novo modelo enerxético para os nosos establecementos baséase en tres piares: o uso do 100% de enerxías renovables, a redución do consumo nun 50 %, a valorización do 80% dos residuos e o fomento da mobilidade sostible. É unha peza clave na nosa folla de ruta de neutralidade a 2050. Neste sentido, traballamos para reducir un 65% as nosas emisións de gases de efecto invernadoiro (alcance 1 e 2) e dispoñer dun abastecemento de 100% de enerxía renovable para 2030.

Tras a apertura da tenda Cero Emisións de CO₂ de Oñati en 2012, que está certificada coa ISO 50001 de eficiencia enerxética, e a tenda enerxéticamente sostible de Zizur en 2020, inauguramos en 2021 o supermercado Lakua-Arriaga (Vitoria-Gasteiz), que marca o camiño do que será o futuro das nosas tendas EROSKI baseado nun novo modelo de sustentabilidade ambiental.



Recibimos o Premio Comercio Euskadi do año 2022, así como un accésit do Premio Pacto Verde do Concello de Vitoria-Gasteiz, polo noso primeiro establecemento co modelo enerxético de EROSKI, o centro de Lakua-Arriaga, en Vitoria-Gasteiz. A tenda, que abriu a finais de 2021, logrou reducir nun 50% o consumo de enerxía respecto a unha tenda estándar utilizando só fontes renovables.

O noso novidoso e premiado establecemento está construído seguindo as esixencias das certificacións LEED Gold, que inclúe a utilización de refrixerantes naturais e ecoeficientes, o mobiliario de frío que incorpora os últimos avances en I+D e un sistema de iluminación LED intelixente e autorregulado que permite unha redución importante da pegada ambiental.

Este novo modelo estenderase ás novas aperturas que realice o Grupo EROSKI, na medida en que os condicionantes físicos de cada establecemento o permitan.

Ademais, alínase coa nosa folla de ruta sobre sustentabilidade de EROSKI, que está baseada nos nosos 10 Compromisos en Saúde e Sustentabilidade, e co noso

compromiso de alcanzar as cero emisións netas de gases de efecto invernadoiro en 2050.

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. Con este refrixerante conséguese unha maior eficiencia enerxética e un menor impacto no ambiente ao tratarse dun gas con menores niveis de PCA (Potencial Quecemento Climático). Ademais, é máis seguro, porque non é inflamable nin tóxico.
- **O mobiliario de frío incorpora os últimos avances en I+D:** A innovación de mobiliario de frío baséase no deseño, a fabricación e a dotación de evaporadores de alta eficiencia. Así, os mobles están pechados con portas para evitar a saída do frío á sala de vendas, o que reduce considerablemente o consumo enerxético en tanto que se incrementa a sensación de confort na tenda. Ademais, estas portas son innovadoras pola súa baixa condutividade térmica e pola ausencia de marcos, o que permite unha visión panorámica dos produtos.
- **Sistema de iluminación LED intelixente e autorregulado:** Este sistema autorregúlase segundo a necesidade existente, maximizando así o aproveitamento da luz solar. Esta tecnoloxía permite unha redución media aproximada do 50% no consumo do sistema de iluminación respecto a outras tecnoloxías, ademais de ter unha vida útil máis longa, o que supón unha menor pegada ambiental. Actualmente dispoñemos de iluminación LED en practicamente a totalidade da rede (97%).
- **Eficiencia enerxética na climatización:** As medidas para unha maior eficiencia enerxética centráronse nun mellor illamento térmico e no aproveitamento do frío e da calor externos. A tenda ten a capacidade de utilizar a calor residual da central de frío para quentar o establecemento, polo que a enerxía requirida para calefacción é mínima. Todo isto tradúcese, ademais, nunha excelente calidade do aire interior.

Xestión enerxética e ambiental sistematizada:

- **Domótica dos sistemas de consumo enerxético:** Grazas a un sistema de monitorización e control do frío as 24 horas do día, os 365 días do ano, podemos controlar o consumo enerxético da tenda. Ante calquera alarma derivada do sistema actívase un procedemento correctivo de resposta con tempos moi curtos, que evita as perdas de frío ou de alimentos. Así mesmo, o resto das fontes de consumo eléctrico do centro (iluminación, fornos ou climatización, entre outros) tamén están controladas polo sistema automático que evita os acendidos intempestivos e controla as horas de uso e o consumo.

Sustentabilidade é máis que aforro de enerxía:

- **Mobilidade sostible:** Promovemos unha mobilidade máis segura e sostible, polo que o aparcadoiro de Lakua-Arriaga conta con 12 puntos de recarga para vehículo eléctrico, tres deles reservados para persoas con mobilidade reducida. Estamos traballando para instalar máis puntos de recarga na nosa rede de tendas, en coherencia tamén coa nova regulamentación existente ao respecto. Ademais, contamos cun aparcadoiro específico para bicicletas. Así mesmo, a tenda está localizada nun contorno ben comunicado co transporte público e seguro para a circulación de bicicletas.
- **Sustentabilidade desde os cimentos:** O deseño e a construción do edificio fixéronse cumprindo con altos estándares de sustentabilidade para reducir o efecto 'illa de calor' a partir da utilización de cubertas de alto nivel de reflectancia solar. Ademais, empregáronse materiais con menor impacto ambiental, o que significou unha mellora superior ao 10% na liberación de gases de efecto invernadoiro. Igualmente, cabe destacar que a xestión dos residuos de construción permitiu o aproveitamento de máis do 80% dos residuos, atendendo a criterios de circularidade.

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 consome é 100% de orixe renovable.

Evolución dos indicadores de enerxía e refrixerantes en tendas, plataformas e sedes

En 2022 reducimos un 4% o noso consumo enerxético dentro da organización en absoluto e o 3% en relación coa nosa superficie comercial, cunha baixada máis pronunciada no caso do gas natural para calefacción (11%) e do combustible no transporte de mercadorías (9%).

Por outra banda, reducimos un 11% as fugas de refrixerantes e continuamos coa substitución nos nosos sistemas de frío a gases con menor potencial de quecemento atmosférico (reducimos un 8% a pegada de carbono asociada a eles, un 48% desde 2017).

Consumo enerxético dentro da organización (kWh)

	2022	2021	2020	Variación 2021-2022 (%)
Combustible non renovable	233.847.695	256.127.148	272.354.397	-9%
Gas natural calefacción	5.131.919	5.786.565	7.750.908	-11%
Hipermercados	2.232.997	2.993.861	4.762.304	-25%
Supermercados	206.816	194.056	179.969	7%
Plataformas	2.664.756	2.554.311	2.754.606	4%
Outros	27.349	44.337	54.029	-38%
Combustible transporte mercancías	228.510.107	250.340.583	264.603.489	-9%
Gasóleo compra en orixe	57.345.564	59.844.819	65.118.949	-4%
Gasóleo distribución a tenda	169.953.517	188.686.918	198.366.832	-10%
Gas natural comprimido distribución a tenda	1.211.025	1.808.846	1.117.707	-33%
Gasóleo elementos accesorios plataformas	205.669	-	-	-
Electricidade	422.085.879	424.867.771	457.731.571	-1%
Hipermercados	49.006.361	54.593.736	68.770.985	-10%
Supermercados	310.416.024	304.865.413	318.098.107	2%
Plataformas	41.795.470	43.997.197	50.105.461	-5%
Outros	20.868.024	21.411.425	20.757.018	-3%
Consumo enerxético total	655.933.573	680.994.918	730.085.968	-4%

Consumo enerxético dentro da organización (GJ)

	2022	2021	2020	Variación 2021-2022 (%)
Combustible non renovable	866.540	922.058	980.476	-6%
Gas Natural	18.475	20.832	27.903	-11%
Combustible transporte mercancías	848.066	901.226	952.573	-6%
Gasóleo elementos accesorios plataformas	740	-	-	-
Electricidade	1.519.509	1.529.524	1.647.834	-1%
Total	2.361.361	2.451.582	2.628.309	-3%

Distribución dos consumos enerxéticos por uso (%)

	2022	2021	2020
Combustible non renovable	36%	38%	37%
Gas natural	2%	2%	3%
Hipermercados	44%	52%	61%
Supermercados	4%	3%	2%
Plataformas	52%	44%	36%
Outros	1%	1%	1%
Combustible transporte mercancías	98%	98%	97%
Gasóleo compra en orixe	24%	24%	24,6%
Gasóleo distribución a tenda	75%	75%	75,0%
Gas natural comprimido distribución a tenda	1%	1%	< 1%
Gasóleo elementos accesorios plataformas	< 1%	-	-
Electricidade	64%	62%	63%
Hipermercados	12%	13%	15%
Supermercados	74%	72%	69%
Plataformas	10%	10%	11%
Outros	5%	5%	5%

Relación de intensidade enerxética

	2022	2021	2020	Variación 2021-2022 (%)
kWh/m² superficie comercial	555,8	572,6	614,0	-3%
kWh/€ ventas netas	0,14	0,15	0,15	-9%

Consumo enerxético fóra da organización¹ (kWh)

	2022	2021	2020	Variación 2021-2022 (%)
Combustible non renovable	14.609.765	12.939.554	10.868.322	13%
Diésel coche	11.314.795	11.140.619	9.699.207	2%
Diésel furgoneta	1.190.440	1.403.786	1.129.208	-15%
Queroseno avión	2.099.689	367.971	39.907	471%
Diésel tren	4.841	27.178	-	-82%
Electricidade	10.363	58.179	-	-82%
Electricidade tren	10.363	58.179	-	-82%
Total (kWh)	14.620.128	12.997.732	10.868.322	12%
Total (GJ)	52.632	46.792	39.126	12%

¹Na actualidade, unicamente dispoñemos da seguinte información respecto ao consumo enerxético fóra da organización: queroseno consumido polas viaxes de traballo en avión, diésel consumido por viaxes de traballo por estrada e electricidade polas viaxes en tren, que supoñen en total 14.620.128 kWh.

Refrigerantes consumidos para compensar fugas (toneladas)

	2022	2021	2020	Variación 2021-2022 (%)
R-448A	54%	54%	42%	1%
R-442A	16%	31%	32%	-47%
R-449A	8%	1%	5%	817%
R-450A	4%	2%	9%	25%
R-513A	4%	0%	0,3%	513%
Outros	14%	12%	12%	29%
Total	41,6	45,1	52,4	-8%

Contaminación luminosa

Co obxectivo de reducir a contaminación luminosa e mellorar a eficiencia enerxética, apagamos tras o peche dos establecementos a iluminación existente arredor do centro, excepto en casos nos que, por problemas de vandalismo, seguridade das persoas ou servizos 24 horas, consideramos que é recomendable mantela acendida (65 centros de 635 centros). Así mesmo, cabe mencionar que, en cumprimento do Real Decreto-lei 14/2022, de 1 de agosto de 2022, apagamos os escaparates dos nosos centros a partir das 22:00.

Xestión da auga

GRI 303-1; 303-2; 303-3; 303-

Se ben as instalacións do Grupo están situadas en España, un país considerado de alto estrés hídrico, a nosa actividade non require un consumo de auga intensivo, senón equiparable ao dos fogares e o resto do sector. Aínda así, aplicamos medidas destinadas a reducir o consumo de auga nas nosas instalacións. Hai que recordar que gran parte da nosa rede comercial está situada en zonas de menor estrés hídrico (zona norte da Península).

Por exemplo, para controlar as posibles fugas na rede instalamos contadores de auga de xestión telemática en sete centros, que permiten detectar calquera incidencia e solucionala de forma áxil e eficiente. En próximos exercicios traballaremos, na medida do posible, para implantar nas tendas esta acción ou outras, como a incorporación de instalacións que permitan a reutilización de augas grises nos nosos centros.

A auga que utilizan as nosas tendas, plataformas e sedes sèrvese a través de redes municipais de abastecemento de auga potable, que se encargan de xestionar a capitación e potabilización da auga.

Evolución do consumo de auga

O consumo estimado de auga é de 1,1 millóns de metros cúbicos, observándose unha lixeira subida (4%) respecto ao ano anterior. Isto pode deberse a distintas causas, principalmente o reforzo na limpeza das tendas a consecuencia dos novos protocolos tras a pandemia de COVID-19 e a pequenas fugas existentes nas nosas instalacións. Por iso, traballamos para optimizar estes puntos de cara a exercicios futuros, tal como se mencionou anteriormente.

Extracción de auga estimada por fonte (m³)

	2022	2021	2020	Variación 2021-2022 (%)
Subministro de auga municipal estimado total	1.129.044	1.088.540	1.118.748	4%
Supermercados	73,01%	74,50%	74%	-2%
Hipermercados	11,79%	11,62%	15%	1%
Plataformas	8,15%	7,53%	6%	8%
Outros negocios	7,05%	6,35%	5%	11%

Auga residual xerada estimada (m³)

	2022	2021	2020	Variación 2021-2022 (%)
Auga residual xerada estimada	1.117.754	1.077.655	1.107.561	4%

Estímase que o 99% da auga consumida convértese en auga residual nas nosas instalacións.

Prevención e control de derrames e verteduras

GRI 303-4

Tratamos a auga residual que xeramos coas nosas actividades nas estacións de depuración de auga residual dos municipios onde nos encontramos. Estímase que o volume de auga residual en 2022 foi de 1.117.754 m³.

En EROSKI cumprimos coa legalidade vixente en materia de prevención e control de derramos e vertidos incontrolados. Neste sentido, puxemos en marcha as seguintes accións:

- Verificar que aquelas gasoleiras que posúen condicionantes específicos de vertido cumpran os valores límite de referencia impostos por consorcios de auga, mancomunidades ou concellos.
- Comprobar que no resto das gasoleiras as augas que se verten á rede estean dentro dos límites xerais de vertido marcados polas ordenanzas municipais ou lexislación de referencia que se aplique en cada caso.
- Detectar desviacións no correcto funcionamento dos equipos de filtración de augas hidrocarburadas.

A través da actualización anual deste plan, xunto con dar prioridade ás actuacións preventivas correspondentes, logramos manter a rede de gasoleiras nun estado de detección temperá de non conformidades.

Toda a nosa rede de gasoleiras EROSKI conta cun sistema de detección de fugas, que non detectamos no exercicio. Para garantir o correcto funcionamento de toda a instalación, contamos cun contrato de mantemento preventivo cunha empresa de mantemento de instalacións petroleiras. Ademais, reportouse que todas as probas de estanquidade, tanto tanques como tubaxes, foron satisfactorias.

Desde 2021 ata o día de hoxe continuamos cos plans de remediación e coa posta en marcha de equipos para os dous casos de chan e augas afectadas detectados en 2019 nas gasoleiras de Usurbil e Abadiño.

Ademais, continuamos coa remediación do chan e as augas subterráneas da gasoleira de Jaca, que sufriu un atraso de 15 meses debido a dous incidentes ocorridos en 2021. A detección dun aumento dos índices de contaminación en augas subterráneas obrigou a deter a actuación ata a resolución das deficiencias atopadas. En marzo de 2022, tras a comunicación á Confederación Hidrográfica do Ebro, retomouse a remediación. Unha vez rematada, levarase a cabo un control e seguimento do estado tanto do chan como das augas subterráneas durante un período de outros dous anos.

Localización dos nosos establecementos para protexer a biodiversidade

GRI 304-1; 304-2

Tódolos nosos centros están situados en zonas urbanas, fóra polo tanto de zonas de elevada biodiversidade. Isto, unido ao cumprimento da lexislación ambiental relativa á localización dos puntos de venda, garante un adecuado desenvolvemento da nosa actividade e minimiza os impactos negativos na vida silvestre. Non obstante, en Galicia existen centros localizados en reservas da biosfera debido ás grandes extensións que ocupan estas reservas (34 dos 37 centros).

Ao peche do exercicio de 2022, 108 das nosas 1656 tendas a nivel nacional encóntranse nalgunha das figuras de protección detalladas a continuación. As comunidades autónomas con maior número de tendas en zonas protexidas son Galicia, País Vasco, Baleares e Cataluña.

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	Reserva da Biosfera	Inventario Español de zonas húmidas
Andalucía	12	✓	✓	✓	✓	
Aragón	6	✓		✓	✓	
Cantabria	3			✓		
Cataluña	13			✓	✓	
Castela e León	4	✓		✓		
Castela A Mancha	1				✓	
Estremadura	2			✓		

Comunidade autónoma	Tendas en zonas protexidas	Rede Natura	Espazo Natural Protexido	Áreas Importantes para a conservación das Aves e a Biodiversidade en España	Reserva da Biosfera	Inventario Español de zonas húmidas
Galicia	37			✓	✓	✓
Illas Baleares	13	✓		✓	✓	
A Ríoxa	0					
Madrid	3	✓		✓		
Navarra	1			✓		
País Vasco	13	✓		✓	✓	
Total	108					

Por outra banda, traballamos para minimizar o impacto ambiental e impulsar medidas que preserven a biodiversidade a través de iniciativas como a pesca sostible ou a colaboración desde 2007 con entidades centradas na conversación ambiental, como WWF (World Wide Fund for Nature). Entre as nosas accións destacan a actualización da nosa Política de Sustentabilidade en produtos pesqueiros, a incorporación dun etiquetado ambiental (Planet-Score, presente nalgúns produtos da nosa marca propia, que indica, nunha escala de letras e cores, o impacto ambiental do produto, detallando tamén o seu impacto na biodiversidade) e a promoción dun consumo máis responsable entre os consumidores a través da nosa Escola de Alimentación e do proxecto informativo Consumer.

Xestión circular dos residuos

GRI 301-1; 301-3; 306-2; 306-3; 306-4; 306-5

Afrontamos a xestión e valorización dos residuos desde a prevención e a integración nun modelo de economía circular. Para iso, poñemos en marcha distintas accións que buscan tanto minimizar a xeración de residuos como o seu aproveitamento, unha vez producidos, e incentivar que a nosa cadea de valor adopte medidas que apunten na mesma dirección. Traballamos en dúas liñas: a loita contra o desperdicio alimentario e a minimización e a reciclaxe dos residuos inorgánicos que xera a nosa actividade (cartón, plástico, papel, etc.).

Plan de Acción Contra o Desperdicio Alimentario

En EROSKI somos conscientes da problemática do desbaratamento de alimentos a escala mundial en termos sociais e económicos. Segundo datos do Ministerio de Agricultura, Pesca e Alimentación, en 2021 desperdiciáronse 1,2 millóns de toneladas de alimentos en España. Por iso contamos cunha estratexia para a súa redución, en liña coa xerarquía de residuos que marca a lexislación.

Prevención de xeración de excedentes alimentarios

En primeiro lugar, traballamos na prevención da xeración destes excedentes.

Para iso:

1. **Aprovisionamento óptimo:** Empregamos distintas ferramentas para adecuar os pedidos e o stock á demanda para minimizar os excedentes.
2. **Mellora da cadea de frío:** Renovamos as instalacións e a cadea de frío para prolongar a vida útil dos alimentos e reducir o tirado no punto de venda.
3. **Froitas e hortalizas feas:** Levamos a cabo varias campañas ao longo do ano para ofrecer froitas e hortalizas consideradas feas polo seu aspecto ou tamaño, pero que están en óptimas condicións para o seu consumo, como parte da nosa loita contra o desperdicio alimentario. En 2022 comercializáronse un total de 787 toneladas de froitas e hortalizas feas en toda a nosa rede.
4. **Promoción de alimentos próximos á súa data límite de venda:** Actuamos na nosa proposta comercial para dar mellor saída a produtos cuxo percorrido comercial se acurta por achegarse as súas datas de consumo preferente ou caducidade. En 2022 vendemos 13.375 toneladas de produtos con estes descontos.
5. **Packs de produtos con Too Good to Go:** En 2022 estendemos a iniciativa Too Good to Go a 304 tendas de Navarra, País Vasco e A Ríoxa, e está en fase piloto nalgúñas tendas de CAPRABO. Esta *app* ofrece a posibilidade de que as persoas consumidoras poidan adquirir paquetes de produtos a prezos reducidos cunha ampla variedade de alimentos que están a punto de alcanzar a súa data de consumo preferente ou data de caducidade. En 2022 logramos comercializar 84.850 paquetes, o que equivale a evitar que se desperdicien máis de 84 toneladas de alimentos.

Doazón de excedentes alimentarios para persoas en situación de vulnerabilidade ou alimentación animal

En EROSKI levamos moitos anos doando os excedentes que se encontran en perfecto estado para o consumo humano, pero que retiramos dos nosos estantes polo noso compromiso de frescura cos nosos clientes ou por algunha anomalía no envase ou no etiquetado. Para poder facelo desenvolvemos un sistema de

alarmas relativo á proximidade de datas de caducidade e consumo preferente, e establecemos un proceso de recollida e entrega en toda a rede e nas nosas plataformas loxísticas que conta cun protocolo detallado para garantir a seguridade alimentaria. Tamén formamos a miles de persoas en toda a rede de tendas, e colaboramos no deseño de rutas de recollida destes produtos con organizacións sociais e entidades públicas (incluso reforzando, de ser necesario, o seu equipamento con elementos técnicos materiais para garantir, por exemplo, a cadea de frío). Deste modo doamos máis de 3632 toneladas de alimentos ao ano a través de centos de entidades sociais. En caso de que o produto non sexa apto para o consumo humano pero si animal, facemos a doazón a zoolóxicos ou protectoras de animais.

Reciclaxe e valorización dos residuos inorgánicos

Mediante loxística inversa ou xestores autorizados, recollemos 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 estas medidas, demos unha segunda vida a 5369 toneladas de residuos orgánicos en 2022.

Innovación para evitar residuos

Participamos en distintos proxectos de innovación europeos en colaboración con outras empresas e centros de investigación, como ZeroWaste e FoodRUs (de Horizon 2020 ou Green Deal), que tratan de atopar saídas alternativas para os produtos a fin de evitar que se desperdicien, como a fabricación de novos alimentos ou incluso de envases a partir dos residuos orgánicos.

Sensibilización nos fogares

En EROSKI facemos esforzos por facer chegar ás nosas persoas consumidoras opcións para evitar o desperdicio que se produce nos fogares. Trasladamos recomendacións para que planifiquen a súa compra, almacenen correctamente os alimentos para prolongar a súa vida útil e aproveiten os restos de comida para outras receitas. Ademais, cada ano participamos na Semana contra o Desperdicio Alimentario que organiza AECOC con distintas accións de sensibilización e pedagóxicas a través das súas redes sociais. Destaca a campaña que levamos a cabo en CAPRABO xunto á Cruz Vermella, que informou aos clientes sobre a perda de comida con voluntarios nas nosas tendas. Así mesmo, este ano recibimos un recoñecemento de AECOC por ser unha das primeiras 100 empresas implicadas desde hai 10 anos no proxecto 'A alimentación non ten desperdicio'.

Redución e xestión dos residuos inorgánicos

Traballamos para minimizar os residuos inorgánicos derivados da nosa actividade mediante a aplicación do ecodeseño aos produtos de marca propia, o fomento da reutilización de envases e embalaxes entre os nosos clientes e nas nosas operacións loxísticas, ou o uso do *ticket* dixital, entre outras accións.

Fomento de bolsas e envases reutilizables

Como se explicou no apartado de ecodeseño de envases e embalaxes deste capítulo, promovemos entre os nosos clientes a reutilización de bolsas de compra e o uso de mallas reutilizables en froitería ou de friameiras en carnicería, chacinaría e peixaría para reducir o consumo de envases dun só uso nas tendas.

Igualmente, reutilizamos gran parte dos nosos envases loxísticos, evitando así o consumo de materias primas virxes. En 2022 reutilizamos 4.989.326 palés e 41.180.841 caixas plásticas.

Envases loxísticos reutilizados (unidades)

	2022	2021	2020	Variación 2021-2022 (%)
Caixas de plástico reutilizadas	41.180.841	43.328.095	45.584.346	-5%
Palés reutilizados	4.989.326	4.797.190	5.085.707	-2%
Total	46.170.167	48.125.285	50.670.053	-5%

Datos de palés e caixas plásticas usadas durante o exercicio de 2022 nas plataformas de EROSKI, CAPRABO e VEGALSA-EROSKI.

Aforro de papel co *ticket* dixital

A partir de 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. Ademais, estamos avanzando en dixitalizar a comunicación de promoción e informativa das persoas comunicadoras, conseguindo tamén con isto unha redución do consumo de papel. En 2022 consumimos un 13% menos de papel nos folletos de publicidade, nas revistas EROSKI Club, Sabor de CAPRABO e EROSKI Consumer, nos *tickets* de compra e no papel da sede de EROSKI.

Cabe destacar que todo o papel empregado en publicidade conta coa certificación PEFC 70% (Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes), que garante que provén de bosques xestionados de forma sostible. O papel das revistas Consumer EROSKI, EROSKI Club e CAPRABO Sabor tamén conta

coa certificación PEFC, que garante unha xestión forestal responsable. Na sede utilizamos un papel con selo EU Ecolabel con menor gramaxe.

Papel consumido en publicidade e na sede social de EROSKI (toneladas)

	2022	2021	2020	Variación 2021-2022 (%)
Folletos de publicidade	3.317	3.864	3.265	-14%
Revistas	310	408	391	-24%
Sede	7	8	10	-10%
Tickets compra	390	356	359	10%
Total	4.024	4.636	4.025	-13%

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.

En 2022 rexistramos un total de 4923 envases e embalaxes declarados aos Sistemas Colectivos de Responsabilidade Ampliada do Produtor.

Materiais empregados nos produtos e envases de marca propia declarados aos Sistemas Colectivos de Responsabilidade Ampliada do Produtor (toneladas)

	2022	2021	2020	Variación 2021-2022 (%)
Envases e embalaxes	4.923	4.956	2.875	-1%
Non Renewable	2.649	2.616	1.666	1%
Aceiro	370	452	389	-18%
Aluminio	848	630	63	35%
Plástico	1.429	1.532	1.213	-7%
Outros	2	3	1	-25%
Renovable	2.274	2.339	1.209	-3%
Cartón/Papel/Cartón bebidas	1.260	1.566	1.118	-20%
Cerámica	0	3	6	-100%
Madeira/cortiza	0,5	5	2	-89%
Vidro	1.013	765	84	32%

	2022	2021	2020	Variación 2021-2022 (%)
Pilas	84	91	119	-7%
Aceite	0,5	1	1	-65%
Aparellos eléctricos e electrónicos	534	664	937	-20%
Total	4.923	4.956	2.875	-1%

Ademais, en EROSKI preocupámonos por unha correcta xestión e valorización dos residuos xerados nas nosas instalacións, a través de accións de reciclaxe e reutilización como medidas prioritarias. Desde unha perspectiva de economía circular, potenciamos procesos de loxística inversa, desde as tendas ata as plataformas e empresas proveedoras, que permiten unha correcta reutilización e reciclaxe dos residuos orgánicos e inorgánicos xerados. Isto implica non só un aproveitamento dos refugалlos e evitar o consumo de materias primas virxes, senón tamén reducir o impacto polo seu transporte ata o xestor final. Desta forma, puxemos en marcha as seguintes accións:

- Reciclaxe do cartón, o plástico, o papel e a madeira xerados nas nosas instalacións. Para iso, recolleemos os distintos materiais rexeitados 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.
- Facilitámoslles ás persoas consumidoras a reciclaxe dos seus residuos. Así, poñemos á súa disposición puntos limpos nas nosas tendas para a recollida de pilas, aparatos eléctricos, lámpadas, roupa, aceite doméstico e tóner, entre outros produtos usados Cabe destacar que somos a primeira cadea de supermercados que implantou a recollida de cápsulas de café de calquera marca e material na nosa rede en 2019. Esta iniciativa permitiunos recuperar 109 toneladas de cápsulas de café en 2022.

Residuos por tipo e método de tratamento (toneladas)

	2022	2021	2020	Variación 2021-2022 (%)
Residuos destinados a eliminación	1.086	1.097	2.366	-1%
Perigosos	57	14	22	303%
Non perigosos	1.028	1.083	2.343	-5%
Residuos destinados a reciclaxe ou valorización	35.880	43.918	45.378	-18%
Perigosos	31	35	4	-10%
Non perigosos	35.849	43.883	45.374	-18%
Total	36.966	45.015	47.744	-1%

Resíduos xestionados para reciclaxe ou valorización (toneladas)

	2022	2021	2020	Variación 2021-2022 (%)
Resíduos perigosos destinados a reciclaxe ou valorización	31	35	4	-10%
Outras operacións de valorización de inorgánico	8	20	2	-60%
Reciclaxe de inorgánico	23	15	2	60%
Resíduos non perigosos destinados a reciclaxe ou valorización	35.849	43.883	45.374	-18%
Outras operacións de valorización	10.889	13.550	13.228	-20%
Orgánico ¹	5.369	6.785	5.381	-21%
Carne	2.176	2.237	2.079	-3%
Lácteos	52	105	83	-50%
Peixe	2.587	2.637	2.353	-2%
Vexetal	35	51	44	-32%
Pan	230	294	255	-22%
Outros	290	1.462	568	-80%
Inorgánico	5.519	6.765	7.847	-18%
Papel e Cartón	3.986	4.622	6.728	-14%
Madeira	248	219	277	13%
Plástico	144	495	391	-71%
Outros	1.141	1.429	451	-20%
Reciclaxe inorgánica	24.960	30.334	32.146	-18%
Papel e Cartón	22.982	28.228	28.987	-19%
Madeira	71	108	117	-34%
Plástico	1.772	1.974	2.927	-10%
Outros	136	23	115	485%
Total	35.880	43.918	45.378	-18%

¹Resíduos orgánicos destinados á fabricación de pensos e un pequeno porcentaxe a compostaxe.

Residuos xestionados para eliminación (toneladas)

	2022	2021	2020	Variación 2021-2022 (%)
Residuos perigosos destinados a eliminación	57	14	22	303%
Vertedoiros	0	0	5	
Outros	57	14	18	303%
Residuos non perigosos destinados a eliminación¹	1.028	1.083	2.343	-5%
Vertedoiro	920	991	1.889	-7%
Outros	108	92	455	18%
Total	1.086	1.097	2.366	-1%

¹ 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, que engloban tódolos tratamentos de R1-R11.

Residuos recollidos de clientes e centros para a súa reciclaxe (toneladas)

	2022	2021	2020	Variación 2021-2022 (%)
Residuos non perigosos	910	1.096	654	5%
Téxtil	740	906	526	9%
Cápsulas de café	109	111	84	-2%
Aceite usado	61	79	44	-23%
Residuos perigosos	1.114	1.224	1.508	-9%
Aparellos eléctricos e electrónicos	1.023	1.126	1.404	-9%
Pilas e acumuladores de enerxía	84	85	91	-2%
Lámpadas e fluorescentes	7	13	13	-44%
Total	2.024	2.320	2.162	-3%

Comunicación e sensibilización ambiental

GRI 413-1; 413-2

As persoas consumidoras son un axente fundamental na tracción da cadea de valor para o avance cara a un sistema produtivo máis respectuoso co medio ambiente. Son as súas decisións de compra as que impulsan en gran medida a distribuidores e fabricantes a mellorar a súa oferta comercial e os seus produtos. Por iso, é imprescindible contar cunha sociedade informada e formada en materia de sustentabilidade, e ser transparentes en canto ao impacto ambiental dos produtos e servizos que ofrecemos para que poidan exercer eleccións de compra conscientes e responsables.

Transparencia ambiental dos nosos produtos de marca propia

En consonancia cos nosos 10 Compromisos pola Saúde e a Sustentabilidade, traballamos para comunicar non só o perfil nutricional dos alimentos que vendemos, tal como se detalla no capítulo 'Compromiso coa saúde' (páxina 119), senón tamén os sistemas de produción e o perfil ambiental da nosa gama. Xa en 2020 fomos pioneiros coa publicación da Declaración Ambiental de Produto dos ovos e o leite de País Vasco EROSKI, e en 2022 tivemos dous grandes avances nesta materia:

- **Etiquetado normal na marca propia:** EROSKI converteuse na primeira empresa de distribución en España en comunicar un novo etiquetado ambiental, o Planet-Score, nunha ducia de produtos de marca propia. Este etiquetado busca comunicar dunha forma sinxela o impacto global do alimento no medio ambiente, co fin de aportarlle ao consumidor información útil para unha decisión de compra máis responsable. Ao longo de 2023 imos incorporar esta información ambiental en máis produtos da nosa marca.

Os consumidores validaron o uso desta etiqueta nunha escoita realizada en liña co noso compromiso de participación e transparencia. Nela, trasladaron o seu interese, preferencia e o grao de comprensión deste e doutros etiquetados baseados na medición da pegada ambiental que están actualmente en desenvolvemento en Europa.

A implantación deste etiquetado fíxose tras analizar distintos etiquetados dispoñibles en Europa en colaboración con entidades referentes como o Basque Ecodesign Center (BEC), o Fondo Europeo de Desenvolvemento Rexional (FEDER) ou a sociedade pública de xestión ambiental do Goberno vasco (IHOBE), entre outros. Ademais, EROSKI forma parte do Comité Asesor da Industria da Foundation Earth, unha organización que traballa por definir un etiquetado común baseado na metodoloxía de pegada ambiental de produto da Comisión Europea.

- **Sistemas de cría de polo:** EROSKI incorporou un novo etiquetado na carne de polo de marca propia que axuda a recoñecer as características de crianza. Trátase dun sistema de clasificación propio que se integra no envase do produto co obxectivo de facilitar a elección por parte do cliente. O etiquetado difere de forma visual e con iconas sinxelas entre cinco tipos de crianza: granxa estándar, granxa mellorada, campeiro, campeiro tradicional e ecolóxico. Ademais, incluímos na nosa web información detallada sobre as características relativas ás razas de polo, número de

animais por metro cadrado nas granxas, tipo de alimentación, etc., que se esixe para cada un dos sistemas.

Sensibilización e formación das persoas consumidoras

Lograr acadar as metas medioambientais só é posible se participamos activamente todos como sociedade. Por iso, en EROSKI promovemos a formación e a concienciación das persoas consumidoras sobre os retos que afrontamos, as boas prácticas e posibles solucións mediante campañas de sensibilización e a publicación de contidos informativos e pedagóxicos nas nosas plataformas web e outros soportes. Así, as ferramentas como EROSKI Consumer ou os Programas Educativos da Escola de Alimentación da Fundación EROSKI que se detallan no capítulo 4 'Compromiso coa saúde' son claves para este labor de información e formación ao consumidor. Ademais, levamos a cabo iniciativas colaborativas cos nosos clientes, traballadores e institucións.

A Hora do Planeta

En EROSKI sumámonos por duodécimo ano consecutivo á campaña A Hora do Planeta promovida por WWF co respaldo de Nacións Unidas, cun apagamento simbólico na páxina web www.consumer.es, que sigue activa cunha luz atenuada de menor intensidade. A esta acción sumámoslle unha campaña na web e nas redes sociais, e un apagamento dos rótulos dalgúns establecementos de CAPRABO e VEGALSA. O lema de 2022 foi 'Imos darlle a volta ao planeta'.

Programa medioambiental Camiño a Camiño

VEGALSA-EROSKI participou por décimo ano consecutivo no programa Camiño a Camiño, iniciativa que desenvolve xunto co Concello de Vigo para promover rutas medioambientais na comarca a través de visitas guiadas, co propósito de fomentar hábitos de vida saudable e sostible.

Unha árbore, unha historia

VEGALSA-EROSKI promove o compromiso co medio ambiente nas aulas galegas a través deste concurso de relatos curtos, que se acompaña anualmente dunha plantación de árbores. Este ano participaron 65 alumnos do colexio C.E.I.P. Plurilingüe de Chancelas de Combarro (Poio, Pontevedra), encargados de plantar máis de 50 árbores de especies autóctonas como carballos, castiñeiros e cerdeiras.

Festival Mar de Mares

VEGALSA-EROSKI foi patrocinador oficial do IX Festival Mar de Mares, que se centra na sensibilización e educación dos máis pequenos sobre a riqueza do mar a través de actividades lúdicas en A Coruña. Dentro desta colaboración, Vegalsa

levou a cabo a actividade 'O cru e o cocido', un encontro para coñecer os segredos da Lonxa de A Coruña.

Escola de Sustentabilidade de Artigas (Bizkaia)

Colaboramos coa Escola de Sustentabilidade de Artigas. Trátase do Centro de Educación Ambiental sobre Residuos de Bizkaia, que desenvolve programas formativos sobre residuos urbanos mediante talleres, proxección de audiovisuais e a visita a unha exposición interactiva.

Limpeza de espazos naturais

VEGALSA-EROSKI sumouse á III Gran Limpeza de Fondos, levada a cabo no Castelo de San Antón (A Coruña). Pola súa parte, FORUM SPORT colaborou este ano co colectivo Goazenup para o proxecto de recollida de plásticos na desembocadura da ría de Bilbao no marco da Bilbao Night Marathon.

Ademais, durante 2022 impulsamos outras actividades de sensibilización, formación e fomento da conservación do ambiente, como a feira Berdeago de Durango, e a semana europea de prevención de residuos.

6 Compromiso co contorno local



Somos de aquí

- **95%** dos nosos provedores comerciais son de **orixe nacional: 3468 empresas**.
- **60%** son **produtores agroalimentarios locais**.
- **1529 novas altas** de referencias locais e rexionais, que xeraron 23 millóns de euros en vendas.
- Máis de **3600 produtos con DOP, IXP** ou outras marcas de calidade.
- **96 campañas e feiras** locais realizadas.
- **85 empresas participantes** activas no Programa de Acompañamento a Provedores Locais en País Vasco.
- Única empresa de distribución co etiquetado dos seus produtos de marca propia en castelán, éuscaro, catalán e galego.

Apoiamos aos provedores locais

GRI 2-6; 203-2; 204-1; 3-3

O noso compromiso coa sustentabilidade transcende a dimensión ambiental, xa que tamén apoiamos activamente o desenvolvemento da economía local nos territorios nos que operamos. A nosa política comercial impulsa a distribución e a promoción dos produtos de cada zona, así como a difusión das súas características diferenciais entre os consumidores, o que favorece o consumo de alimentos de proximidade frescos, saudables e de calidade, e de produtos

procesados con características diferenciais no seu proceso produtivo, materias primas, variedades.

En EROSKI queremos ser un axente proactivo na mellora dos nosos provedores locais e acompañalos na transformación cara a un sistema produtivo resiliente, e que creen riqueza e emprego nos territorios onde operamos. Crear contornos colaborativos forma parte da esencia de EROSKI pola súa orixe cooperativa, e aporta beneficios desde o punto de vista económico, medioambiental, social e cultural. Consideramos provedores locais a aqueles provedores que teñan o seu enderezo nesa comunidade autónoma e proveran 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 existen tendas do Grupo EROSKI. É dicir, onde desenvolvamos a nosa actividade comercial.

Traballamos con máis de 3468 provedores comerciais nacionais (son un 95% do total), dos que máis da metade (59,5%) son produtores locais. Son normalmente pequenas e medianas empresas agroalimentarias, cuxos produtos comercializamos só na comunidade autónoma onde se encontran. Grazas a isto, os pequenos produtores dispoñen da canle de comercialización de EROSKI para distribuír os seus produtos, favorécese o desenvolvemento das zonas rurais e contribuímos a manter as paisaxes naturais.

Confiar nos produtos de proximidade supón tamén reducir o transporte e as emisións de gases de efecto invernadoiro, e é unha aposta firme por apoiar as variedades locais de produtos que axudan á supervivencia dos produtores e supoñen unha riqueza diferenciadora fronte á tendencia a homoxeneizar das producións masivas.

En EROSKI cremos que fomentar a economía de proximidade tamén é unha forma de respaldo cultural que salvagarda receitas tradicionais e maneiras de elaborar e cultivar os produtos que pasan de xeración en xeración e forman parte do acervo cultural de determinadas zonas.

Número de provedores comerciais e produtores locais e porcentaxe de produtores locais respecto ao total de provedores comerciais por comunidade autónoma

	2022			2021			2020		
	Provedor comercial	Produtor local	% produtor local	Provedor comercial	Produtor local	% produtor local	Provedor comercial	Produtor local	% produtor local
Andalucía	245	164	67%	249	173	69%	292	207	71%
Aragón	158	116	73%	165	121	73%	172	128	74%
Asturias	74	48	65%	87	58	67%	86	60	70%
Cantabria	72	50	69%	75	56	75%	76	54	71%
Castela e León	178	115	65%	186	111	60%	180	106	59%
Castela-A Mancha	68	24	35%	96	49	51%	122	70	57%
Cataluña	786	468	60%	798	468	59%	809	463	57%
Ceuta	1	1	100%	2	2	100%	2	2	100%
Comunidad e Valenciana	216	48	22%	222	63	28%	242	79	33%
Extremadura	40	26	65%	45	30	67%	49	36	73%
Galicia	439	309	70%	460	313	68%	462	321	69%
Illas Baleares	162	142	88%	173	150	87%	172	145	84%
Illas Canarias	2	1	50%	3	1	33%	52	34	65%
A Rioxa	84	64	76%	85	63	74%	82	60	73%
Madrid	307	41	13%	300	44	15%	313	44	14%
Melilla	0	0	0%	0	0	0%	2	2	100%
Murcia	55	12	22%	57	16	28%	90	46	51%
Navarra	192	161	84%	199	161	81%	187	151	81%
País Vasco	389	275	71%	397	273	69%	389	265	68%
Total	3.468	2.065	60%	3.599	2.152	60%	3.779	2.273	60%

Colaboramos con produtores agroalimentarios locais

A nosa cooperación cos provedores agroalimentarios locais susténtase en tres compromisos:

- Achegar os produtos das pequenas empresas produtoras aos consumidores.
- Desenvolver unha xestión comercial adaptada a microempresas, PEMES e cooperativas.

- Colaborar en plans para a súa profesionalización e crecemento empresarial.

En 2022 rexistramos 1529 novas altas de produtos locais e rexionais, das cales 852 corresponden á sección de frescos e 677, a alimentación. Esas novas altas xeraron unhas vendas de máis de 23,8 millóns de euros.

Á parte das novidades na gama, queremos resaltar a ampliación do número de produtos locais na nosa marca propia. Para apoiar o sector primario e en colaboración con organizacións sectoriais e consellos reguladores, en 2022 incorporamos produtos de marca propia na sección de chacinaria en Aragón e Navarra, en carnicería en Navarra e Cataluña, e na sección de solucións culinarias tamén en territorio catalán. Destaca especialmente este ano o lanzamento dunha gama completa de iogures no País Vasco. En total, hai 69 novos produtos locais da nosa marca.

Ademais, en 2022 seguimos dando pasos na nosa aposta pola diversificación do sector produtivo a través do desenvolvemento a escala comarcal en tres zonas especialmente:

- Cataluña, onde destacan os avances nas categorías de pan e de queixos.
- Galicia, con desenvolvemento comarcal notable en pesca e panadería.
- País Vasco, con avances en hortaliza e en queixo Idiazabal.

Ademais, na nosa aposta pola diversificación do sector produtivo, actuamos da maneira destacada no desenvolvemento de dous sectores fundamentais nas comarcas do País Vasco e Cataluña como son a hortaliza e o queixo, nos que conseguimos importantes avances. Tamén en Galicia houbo un desenvolvemento comarcal notable en pesca e panadería, esta última tamén reforzada en Cataluña.

Cabe destacar que, ao longo do ano, renovamos e xeramos novos convenios de colaboración con organizacións sectoriais para o impulso dos alimentos locais, Denominacións de Orixe (DO), e Indicacións Xeográficas Protexidas (IXP). Temos 2489 produtos con DOP ou IXP: máis de 1500 viños diferentes e máis de 170 referencias de queixo con DOP, 100 produtos de conservas vexetais, aceites, legumes e arroz con DOP e IXP, e máis de 230 produtos cárnicos con IXP. Ademais, contamos con máis de 1189 produtos con marcas de calidade diferenciada como Eusko Label, Reyno Gourmet ou Tierra de Sabor, entre outras.

Como novidade, presentamos dous fitos este exercicio:

- Un programa de acompañamento ao colectivo de axentes produtores locais para conseguir unha produción máis sostible e asegurar a calidade alimentaria dos produtos.
- A posta en marcha da plataforma de venta *online* EROSKI azoka, que aspira a ser unha casa común dixital onde os produtores máis pequenos poidan achegar os seus produtos ás persoas consumidoras.

EROSKI azoka: modelo innovador dun circuío máis curto de venta

Lanzamos no mes de maio a EROSKI azoka, unha plataforma dixital que permite conectar a máis de 50 pequenos produtores de Gipuzkoa co consumidor. Somos o primeiro distribuidor que pon en marcha unha experiencia como esta, poñendo a tenda e a loxística ao servizo das máis pequenas producións.

Buscamos colaborar con novos produtores —os máis pequenos—, contribuír á redución do impacto ambiental da actividade de distribución agroalimentaria e responder a unha inquietude da sociedade, que se decanta por un circuío máis curto de venta. O punto de encontro entre produtores e clientes ten lugar na nosa tenda de Donostia Arcco Amara.

Programa de acompañamento a produtores locais

En 2022 puxemos en marcha unha nova ferramenta ao servizo dos produtores agroalimentarios do País Vasco para que avalíen as súas prácticas medioambientais, sociais e de goberno corporativo.

Os principais obxectivos que se pretenden con esta ferramenta son:

- Maior coñecemento e compromiso coas empresas provedoras locais de EROSKI e o seu contorno.
- Proporcionar formación e apoio para unha mellora continua.
- Acompañar e guiar cara a unha maior calidade dos produtos.
- Favorecer un mellor comportamento ambiental e social.
- Lograr unha maior transparencia na cadea de subministración.

Este exercicio avaliamos a 85 produtores agroalimentarios locais do País Vasco e identificamos as fortalezas e áreas de mellora de cada un. Ao longo de 2023 estenderemos o programa a outras rexións e afondaremos na formación e no desenvolvemento de proxectos innovadores da man doutros axentes locais.

Diálogo e colaboración con outros axentes locais

Este modelo de colaboración susténtase no diálogo coas empresas produtoras agroalimentarias locais. Mantemos con elas encontros periódicos para fomentar e innovar nesta estratexia común que compartimos de impulsar a economía de proximidade e favorecer o sector agroalimentario. En 2022 organizamos catro mesas sectoriais no País Vasco e Navarra sobre o sector lácteo, a pesca, a produción alavesa e a hortaliza navarra. Ademais, VEGALSA-EROSKI celebrou o seu IX Encontro coa Industria Alimentaria. En todos estes eventos unimos a representantes de produtores, consellos reguladores, centros tecnolóxicos e o clúster de alimentación para analizar a situación actual e futura de cada un dos sectores. Adicionalmente, destacan tres encontros con provedores organizados en 2022 en Cataluña e País Vasco, onde compartimos con eles a nosa estratexia e as novidades do noso negocio en cada rexión.

Ademais, en 2022 asinamos xunto co departamento de Desenvolvemento Económico, Sustentabilidade e Medio Ambiente do Goberno vasco un convenio de colaboración para fortalecer e desenvolver a industria agroalimentaria nos tres territorios vascos. O acordo é un compromiso para garantir a sustentabilidade do sector agroalimentario no País Vasco participando en programas de innovación e propiciando acordos que faciliten o desenvolvemento e a distribución dos produtos locais. Este é o segundo convenio que asinan ambas as institucións, tras o de decembro de 2013.

Como parte do convenio co Goberno vasco, comprometémonos a levar a cabo un calendario de promoción anual dos produtos alimentarios vascos, realizar actividades formativas dirixidas ás persoas consumidoras, desenvolver actividades relacionadas coa promoción dunha alimentación sa e sostible baseada nos produtos locais e promover accións de comunicación e formación ao público sobre produtos ecolóxicos.

Outro exemplo de colaboración con produtores locais son as Illas Baleares. A campaña 'Productes de Sa Nostra Terra' incentiva o consumo do produto local, sostido por acordos con 158 provedores locais de alimentación e produto fresco.

De feito, este ano mantivemos a realización de campañas mensuais en todas as rexións, 85 en total en 2022, atendendo á temporalidade do produto e, en moitas ocasións, da man de consellos reguladores e marcas de calidade.

Fomentamos a cultura, o ocio e o contorno local

GRI 413-1; 413-2

En EROSKI estamos comprometidos co fomento da cultura e coa preservación das tradicións. Por iso, o noso compromiso co desenvolvemento local considera tamén o valor das linguas locais, o ocio e a cultura.

Promoción e difusión das linguas locais

As linguas locais son parte esencial do patrimonio cultural das comunidades do noso contorno. Por iso, en EROSKI estamos comprometidos coa súa promoción e difusión. De feito, desde hai décadas, somos a única empresa de distribución que ofrece o etiquetado dos seus produtos de marca propia en éuscaro e no resto das linguas oficiais. Así mesmo, apoiamos distintas iniciativas externas que promoven o seu uso.

No caso de éuscaro, participamos na Feira do Libro e o Disco Vasco de Durango (Durangoko Azoka), a máis sinalada do calendario no ámbito da promoción da lingua vasca, e na que estamos presentes desde hai décadas. Tamén colaboramos coas principais actividades de promoción do éuscaro no sector educativo en cada territorio (Herri Urrats, Ibilaldia, Araba Euskaraz, Kilometroak, Festa da Escola Pública Vasca e Nafarroa Oinez), nas que máis de 9600 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, colaboramos coa terceira edición de Euskaraldia, unha iniciativa social que busca cambiar os hábitos lingüísticos orais de quen entende éuscaro. Para iso, ademais de difundir a acción entre os nosos propios traballadores, vendemos bandeiras nas nosas tendas cunha doazón total de 50.000 euros á iniciativa.

Tamén en Galicia poñemos en valor a cultura e a lingua da rexión sumándonos a todas aquelas iniciativas que estean estreitamente ligadas á sociedade galega. Por exemplo, VEGALSA-EROSKI celebrou o Día das Letras Galegas cunha homenaxe ao poeta galego Florencio Delgado Gurriarán. En 176 establecementos colgáronse carteis conmemorativos para dar a coñecer a vida e obra deste escritor, deseñados polos alumnos do CEIP plurilingüe Virxe do Camiño de Rubiá de Ourense.

Así mesmo, continuamos apoiando as linguas locais a través da revista Consumer EROSKI, que se publica en castelán, éuscaro, galego e catalán. As revistas EROSKI

Club e Sabor-CAPRABO tamén poden lerse nos idiomas oficiais dos territorios nos que operamos.

Ocio e cultura

En EROSKI favorecemos o ocio e a cultura das persoas consumidoras a través de diversos patrocinios como o do festival cultural Musikaire, que ten lugar cada ano en Elorrio, onde se encontra a nosa sede social.

En Galicia, VEGALSA-EROSKI foi un dos principais mecenas do Xacobeo, ao que aportou 900.000 euros no marco do convenio co Goberno de Galicia de 2020 a 2022. En relación con esta iniciativa, desde EROSKI Consumer publicouse en 2022 unha nova Guía do Camiño de Santiago. VEGALSA-EROSKI tamén é patrocinador oficial da xira 'Leira' da compañía artística Nova Galega Danza, que fusiona en vivo danza e música de raíz galega, tradición e vangarda con vocación universal. Así mesmo, é patrocinador oficial do proxecto de intercambio de artes escénicas Camiño Escena Norte (CEN) 2022, centrado en promover o intercambio escénico, artístico e profesional entre compañías de Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco e este ano tamén Navarra.

Por outro lado, conscientes da importancia do deporte na sociedade actual e para desenvolver unha vida saudable, tamén apoiamos actividades deportivas organizadas no noso contorno máis próximo. No País Vasco colaboramos con carreiras e actividades populares como a Subida a Artxanda. Ademais, desde FORUM SPORT organizamos un ano máis a 'Kosta Trail', un evento de *running* e sendeirismo que reúne a 5000 participantes, que se leva a cabo de forma respectuosa coa natureza e que ten fins sociais. Tamén participamos en 'WOP Challenge', unha aventura deportiva a relevos por equipos, co reto social colectivo de recadar fondos para a loita contra as enfermidades raras. En Cataluña mantemos como cada ano o Programa CAPRABOSport, que colabora con clubs de seareiros co obxectivo de fomentar hábitos saudables, como o da práctica deportiva.

7 Compromiso coa sociedade



Apoio ao noso contorno desde a solidariedade

- **23 millóns de euros** canalizados a fins sociais.
- **1,7 millóns de euros doados** a través do programa de doazón de Céntimos Solidarios.
- **3.700 persoas e 330 entidades sociais** participaron na definición do Plan de Solidariedade de 2023.
- **562.844 euros doados** ás vítimas da guerra de Ucraína a través de UNICEF.
- **5.116 toneladas de alimentos doados** a Bancos de Alimentos e outras entidades a través das recollidas en tenda e do programa Desperdicio Cero.

Contribuímos coa nosa acción social

GRI 203-2; 413-1; 413-2; 3-3

Estamos comprometidos desde sempre coa construción dunha sociedade máis xusta e solidaria. Implicamos aos nosos grupos de interese na concepción e desenvolvemento das nosas actividades solidarias e de acción social e integramos as súas diferentes necesidades e sensibilidades: traballadores e traballadoras, persoas consumidoras e entidades sociais que participan nas campañas e programas sociais que levamos a cabo.

En 2022 destinamos 23 millóns de euros a fins sociais xunto cos nosos grupos de interese. O 48% desta cantidade procede de achegas de EROSKI e da Fundación EROSKI, o 21% de achegas dos nosos clientes (mediante accións de solidariedade organizadas nas tendas) e o 31% restante de institucións e administracións (a través de compras de produto para garantir as necesidades de alimentación das persoas en situación de vulnerabilidade).

O incremento respecto ao ano anterior débese especialmente a un aumento progresivo do uso das ferramentas que EROSKI pon a disposición das entidades sociais e administracións públicas para facilitar unha alimentación digna e integradora dos colectivos en risco de exclusión social, ás iniciativas adicionais realizadas para axudar aos damnificados pola guerra de Ucraína e á mellora nas campañas de recollida de alimentos con respecto ao 2021.

Miles de euros canalizados a fins sociais por EROSKI e Fundación EROSKI (achegas propias, dos seus clientes e entidades sociais)

	2022	2021	2020
Solidariedade e acción social	19.242	14.539	18.571
Apoio a familias e colectivos con necesidades especiais	1.818	1.414	1.961
Formación e información ao consumidor ¹	1.068	1.146	1.137
Cultura, ocio e contorno local ²	576	232	722
Total	22.704	17.331	22.391

¹ Inclúese máis información sobre as actividades de formación e información ao consumidor no apartado 'Compromiso coa saúde' deste informe (páxina 122-123 e 125-129).

² Inclúese máis información sobre as actividades de promoción da cultura, ocio e contorno no apartado 'Compromiso co contorno local' deste informe (páxina 185-186).

Dedicamos ás nosas accións en favor da sociedade un mínimo do 10% dos nosos beneficios, que se destinan ao Fondo de Contribución Obrigatoria para Educación e Promoción Cooperativa e outros Fins de Interese Público (COFIP). Estes recursos permiten, desde a súa constitución en 1997, o desenvolvemento das actividades de Fundación EROSKI, repartidas en catro grandes eixes:

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

A Fundación conta cun equipo técnico multidisciplinar que articula estes eixes e promove accións en favor das persoas consumidoras, realiza campañas de divulgación, edita revistas e guías, ofrece bolsas de estudos e axudas, e colabora con organizacións sociais. O Padroado da Fundación garante que o Plan de Actuación que se define cada ano se desenvolva baixo os principios de imparcialidade, independencia, transparencia, eficiencia e responsabilidade. Os eixes de actividade desenvoltos en 2022 foron a formación e a información do consumidor (tal como se detalla no apartado 'Compromiso coa saúde').

Programa de doazón Céntimos Solidarios

GRI 413-1; 413-2

Entre todos, céntimo a céntimo, consolidamos o noso programa de doazón permanente Céntimos Solidarios, que puxemos en marcha en novembro de 2020 e que facilita a solidariedade dos nosos clientes nas súas compras diarias nas nosas tendas.

Os clientes das nosas tendas (o programa está activo nos establecementos EROSKI e CAPRABO) poden facer, ao pagar a súa compra con tarxeta ou móbil, unha pequena doazón á causa benéfica que estea activa en cada momento. A achega, sempre voluntaria e confidencial, é unha pequena cantidade simbólica: para compras de entre 5 e 30 euros doan 10 céntimos, e para compras superiores a 30 euros a doazón é de 20 céntimos. Sempre complementamos esas cantidades cunha achega propia.

En marzo de 2022 organizamos o evento 'Falamos de Solidariedade' con algunhas das oenegués e outras entidades beneficiarias do programa en 2021 e 2022 para compartir a visión sobre o presente e o futuro da solidariedade no noso país e presentar o noso Plan de Solidariedade de 2022. A xornada compartiuse en directo a través de redes sociais con representantes doutras entidades sociais e co público en xeral.

En 2022, EROSKI e os seus clientes doaron case 1,7 millóns de euros grazas a máis de 10,5 millóns de doazóns de Céntimos Solidarios. Estas achegas destináronse a 83.000 persoas a través de 67 entidades sociais. O diñeiro doado financiou proxectos de axuda á infancia, á conservación do medio ambiente e a protección dos animais, á loita contra o cancro, aos maiores, a persoas en risco de exclusión social, a persoas con discapacidade, enfermidades dexenerativas, enfermidades mentais ou enfermidades raras, e a vítimas de violencia de xénero.

Desde o inicio do programa en 2020 doáronse máis de 4,5 millóns de euros e houbo 30 millóns de doazóns por parte dos nosos clientes.

Indicadores do programa de doazón de Céntimos Solidarios

	2022	2021	2020
Euros doados por EROSKI e os seus clientes	1.697.113	2.172.721	855.532
Número de doazóns ao pagar coa tarxeta	10.543.066	14.576.037	5.783.016

Doazóns mensuais de EROSKI e dos seus clientes a través do programa de Céntimos Solidarios (euros)

Mes	Colectivo apoiado	Doazóns
Febreiro 2022	Nenos e nenas con cancro	150.317
Marzo 2022	Mulleres e infancia vítimas da violencia de xénero	203.326
Abril 2022	Persoas refuxiadas de Ucraína	134.861
Maio 2022	Familias en risco de exclusión social	123.279
Xuño 2022	Protección do medio ambiente	134.217
Xullo 2022	Persoas maiores en situación de vulnerabilidade	130.933
Agosto 2022	Persoas maiores	121.777
Setembro 2021	Persoas con enfermidades raras	182.718
Outubro 2022	Mulleres con cancro	130.546
Novembro e decembro 2022	Familias en situación de vulnerabilidade	101.737
Xaneiro 2023	Persoas con enfermidades neurodexenerativas	171.151

Elaboración do Plan de Solidariedade 2023 dende a escoita

Ao longo de 2022, elaboramos o Plan de Solidariedade para 2023 con base na escoita realizada a 3773 persoas entre clientes, traballadores e cidadáns en xeral, e na valoración dos 525 proxectos presentados por 330 entidades sociais.

A selección dos elixidos para ser receptores das doazóns de Céntimos Solidarios en 2023 tivo en conta as preferencias de causas e localización das iniciativas recollidas nese exercicio de participación cidadá. Ademais, un Comité Asesor formado por oenegués, consumidores e socios validou as propostas de proxectos para cada mes do ano.

Así, en 2023 volveremos destinar o recadado a través deste programa solidario á axuda das persoas con cancro, o apoio a mulleres e nenos vítimas de violencia de xénero, a asistencia ás persoas con enfermidades neurodexenerativas ou con enfermidades raras ou mentais, o apoio ás persoas con discapacidade, a colaboración coas familias ou maiores en situación de vulnerabilidade, a protección do medio ambiente e os animais sen fogar, e a cooperación internacional coa infancia refuxiada noutros países.

Respondemos ante a emerxencia social

GRI 413-1; 413-2

A guerra de Ucraína, que comezou en febreiro de 2022, desatou unha ondada de solidariedade á que EROSKI e os nosos grupos de interese sumámonos de forma moi activa para contribuír a paliar as necesidades da poboación afectada polo conflito bélico.

As consecuencias negativas desta contenda estendéronse. A alza dos prezos da enerxía e das materias primas repercutiu en toda Europa. En España, miles de familias en risco de exclusión viron como aumentaban as súas dificultades para acceder a bens básicos, xa acentuadas pola pandemia da COVID-19 en anos anteriores. En EROSKI tamén respondemos de forma solidaria a estas emerxencias sociais do noso contorno.

Campaña de emerxencia a favor dos damnificados pola guerra de Ucraína

Xunto aos nosos clientes doamos 562.844 euros, a maior recadación dunha campaña de emerxencia organizada nas nosas tendas ata a actualidade, destinada ás persoas vítimas da guerra en Ucraína. Canalizamos estes recursos á poboación afectada a través do Fondo de Nacións Unidas para a Infancia, UNICEF.

Así mesmo, a recadación do Programa de Doazón de Céntimos Solidarios de abril de 2022 destinouse a axudar ás persoas refuxiadas a consecuencia da guerra de Ucraína a través de entidades como CEAR e ACNUR, para axudar tanto ás persoas acollidas en España como noutros países.

Realizamos outras doazóns relacionadas con este conflito:

- Doazón de produto téxtil por valor de 104.305 euros á Asociación Ucraína-Euskadi, Cáritas País Vasco e Cruz Vermella Cataluña.

- Doazón de distintos produtos de alimentación e hixiene básicos por valor de 5250 euros á Fundación Matia, que os trasladou á fronteira con Ucraína coa colaboración do oitomilista e activista solidario Alex Txikon.
- 35 colchonetas e hamacas a Cáritas Gipuzkoa para unha primeira acollida inicial ás persoas refuxiadas de Ucraína que ían chegando mentres conseguían realoxalas.
- Os beneficios da bolsa solidaria de EROSKI (unha cómoda bolsa de tea reutilizable cuxos beneficios se destinan integramente a causas sociais desde a súa incorporación ás nosas tendas hai máis dunha década) canalizáronse entre xuño e agosto tamén para os refuxiados de Ucraína a través de UNICEF.

Campañas cos Bancos de Alimentos

En EROSKI colaboramos coa Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) desde hai 26 anos organizando recollidas de alimentos nas nosas tendas. Entre elas destacan a Operación Kilo de EROSKI ou o Zampakilos Solidario de VEGALSA-EROSKI, ambalas dúas en primavera, ademais da Gran Recollida de Alimentos, en novembro.

A través de FESBAL, os alimentos destínanse a persoas e familias que atravesan dificultades económicas ou que están en risco de exclusión social. En 2022, ademais de poder facer doazóns por un importe da súa elección ao paso por caixa, os clientes tamén puideron doar fisicamente produtos alimenticios e de hixiene persoal e limpeza en tenda, despois de que a crise sanitaria pola COVID-19 o impedira en 2020 e 2021. Como sempre, ás achegas dos clientes súmase a doazón propia de EROSKI.

Grazas a estas campañas en tenda destinadas aos Bancos de Alimentos de cada territorio onde radican os nosos establecementos, doamos, entre todos, 1484 toneladas de alimentos, que equivalen a case 6 millóns de comidas. Desta forma, contribuíuse á alimentación de 1600 familias durante o ano.

Programa Desperdicio Cero

Cada ano traballamos para erradicar o desperdicio de alimentos. Doamos aqueles produtos frescos e de alimentación que están próximos á súa data de caducidade ou de consumo preferente, pero que están en perfectas condicións de consumo. Retirámoslos dos nosos estantes para cumprir co noso compromiso coas persoas consumidoras de ofrecerlles a máxima frescura e un bo aspecto do envase.

O noso protocolo garante a seguridade alimentaria en todas as doazóns. Os produtos doados manteñen a cadea de frío tamén na entidade receptora, e aseguramos as mesmas garantías no transporte e instalacións ata que o alimento se consume.

En EROSKI colaboramos anualmente con máis dun centenar de entidades sociais coas que asinamos acordos de colaboración para realizar estas doazóns. O labor que facemos entre todos recibiu anteriormente o Premio Espiga de Oro, 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.

En 2022 doamos 3632 toneladas de alimentos e produtos básicos, que equivalen a 14 millóns de comidas básicas para persoas en risco de exclusión social. Así mesmo, doamos alimentos non aptos para consumo humano a protectoras de animais e zoolóxicos.

Tarxeta de compra para fins sociais

A tarxeta de compra para fins sociais de EROSKI e CAPRABO é unha forma integradora e solidaria de canalizar a axuda asistencial de administracións públicas e de entidades sociais a cidadáns e familias en situacións de risco de exclusión social. Trátase dunha tarxeta persoal que se entrega a cada usuario cun importe cargado inicialmente. Se a entidade social o indica, poden realizarse recargas de saldo periódicas personalizadas de forma automática.

O acceso ás necesidades básicas destas persoas faise dunha forma integradora e só asistencial. A aparencia da tarxeta é similar á das tarxetas regalo ou de fidelización de EROSKI, e o usuario elixe o establecemento onde compra, os produtos que adquire e o momento de facelo. Desta forma, normalizada, dase prioridade á solidariedade, á seguridade, á confidencialidade, á autonomía e a dignidade das persoas, que son os valores deste programa.

En 2022 facilitamos a 146 entidades públicas e sociais a canalización das súas axudas asistenciais a persoas en situación vulnerable a través da tarxeta de compra para fins sociais de EROSKI e CAPRABO. O diñeiro canalizado a través das tarxetas equivale a máis de 11,2 millóns de comidas ao ano.

Outras accións sociais

GRI 413-1; 413-2

A nosa colaboración transcende o programa de doazón de Céntimos Solidarios e as accións de solidariedade alimentaria, xa que, como parte activa da sociedade, apoiamos tamén a colectivos vulnerables (especialmente aos afectados por unha enfermidade) e prestamos atención ás necesidades de cooperación internacional. Así, cada ano realizamos colaboracións con decenas de entidades que operan no noso contorno ou noutros países. Estas son algunhas das accións solidarias que levamos a cabo este ano.

Campañas solidarias en Baleares

Cada ano lanzamos diversas accións de colaboración con entidades das Illas Baleares debido á nosa presenza destacada nese territorio e ao noso firme compromiso co apoio aos contornos máis próximos ás nosas tendas. Así, destacan:

- **Campaña 'Mide sonrisas':** Este ano foi o décimo aniversario desta iniciativa a través da cal os clientes poden colaborar con 14 organizacións de axuda á infancia de Baleares facendo unha achega dun euro a cambio dunha regra-calendario. Este ano doáronse 45.500 euros.
- **Campaña 'Vidas a todo color':** Como cada ano, púxose á venda un caderno para colorear que recadou 40.000 euros a favor de Proyecto Hombre.
- **Campaña 'Tiritas que cambian vidas':** Ofrecemos aos nosos clientes facer un donativo dun euro ao comprar unha caixa de cinco apósitos durante os meses de abril e maio. Recadáronse 20.000 euros para potenciar e reforzar a ocupación das persoas que teñen máis dificultades para atopar traballo a través de Cruz Vermella Baleares.
- **Campaña 'Lápices solidarios':** Doáronse á Fundación de Personas con Discapacidad de Menorca 5.000 euros aportados polos clientes grazas á compra dun lapis solidario dun euro a favor do proxecto 'Juegoteca', destinado a crear un espazo lúdico para fomentar o desenvolvemento das nenas e os nenos con discapacidade.

Accións de apoio a persoas afectadas por unha enfermidade

Mantemos colaboracións desde hai moitos anos con distintas entidades que asisten a colectivos afectados por algunha enfermidade. Buscamos con isto facilitar a esas persoas o acceso ao tratamento da enfermidade, a apoio

psicosocial ou asistencial ou a reforzar as axudas para a investigación para atopar unha cura, entre outros fins.

Algunhas das accións neste ámbito de 2022 son:

- **Axuda ás persoas con cancro:** Levamos a cabo distintas accións para apoiar ás persoas con cancro ao longo do ano. Por exemplo, a venta de camisetas en outubro a favor de AECC e da asociación de mulleres con cancro de mama de Gipuzkoa (Katxalin), que recadaron 13.743 euros, o apoio á campaña contra o cancro de pel en verán ou o apoio ás carreiras de apoio ás persoas con cancro de mama, entre outros.
- **Investigación sobre a Esclerose Lateral Amiotrófica (ELA):** vendemos bolsas de tea reutilizables cun donativo de 10 euros a favor do proxecto de investigación sobre a ELA co que colabora a televisión pública vasca durante a campaña solidaria de Nadal.
- **Apoio na loita contra o alzhéimer:** CAPRABO renovou por noveno ano o seu acordo de colaboración coa Fundación Pasqual Maragall para promover a investigación e a loita contra o alzhéimer. Colaboramos no Estudio Alfa, proxecto no que participan máis de 2700 persoas voluntarias sen alteracións cognitivas, e que alimenta os diferentes proxectos de investigación do Barcelonaβeta Brain Research Center (BBRC).

Doazóns de xoguetes en Nadal

Colaboramos en momentos puntuais do ano con recollidas de produtos para a infancia en situación de vulnerabilidade. Por exemplo, no momento da volta ao cole con doazóns de material escolar. Destacan tamén as accións realizadas en decembro en relación co Nadal:

- **'El Árbol de los Sueños':** En colaboración con La Caixa, participamos na iniciativa 'El Árbol de los Sueños', mediante a cal os membros do equipo da sede de VEGALSA-EROSKI se converteron por un día en paxes de Nadal de 150 nenos en risco de exclusión social, e ocupáronse de que ningún deles quedara sen regalo.
- **Recollida de xoguetes:** Como cada ano, levamos a cabo nos nosos hipermercados do País Vasco unha acción de recollida de xoguetes novos para nenos e nenas en situación de vulnerabilidade coa colaboración da Cruz Vermella.

Cooperación internacional

As nosas campañas tamén responden ás necesidades das persoas fóra das nosas fronteiras. O noso programa de doazón Céntimos Solidarios colabora con organizacións como UNICEF ou ACNUR. Ademais, colaboramos desde 2011 con MUNDUKIDE nun proxecto de apoio ao desenvolvemento local en distintos países a través do cooperativismo. En 2022 tamén continuamos apoiando a entidades que realizan proxectos en países en desenvolvemento, como a Federación Niños del Mundo, á que doamos artigos de consumo non alimentario, como xoguetes, roupa, calzado e material escolar valorados en 79.200 euros.

Apoio ás familias numerosas

En 2022 continuamos cos programas de apoio ás familias numerosas a través de asociacións como Hirukide, Fanoc e Familia XL, entre outras. Para axudar ás necesidades especiais destas familias ofrecemos vantaxes especiais a través das tarxetas de fidelización e de iniciativas especiais para familias con bebés, como o programa Bienvenido Bebé de CAPRABO ou a Tarxeta Benvida da Xunta de Galicia en VEGALSA-EROSKI. En 2022, máis de 25.000 familias numerosas beneficiáronse dun aforro de 1,5 millóns de euros.

8 Compromiso coa transparencia

Resultados económicos

GRI 201-1

○ Grupo EROSKI pechou as súas contas referidas ao exercicio finalizado a 31 de xaneiro de 2023 cun resultado operativo que ascende a 204 millóns de euros, e iso nun contexto de crecente presión sobre os custos dos produtos vendidos e doutros custos directos, os cales se asumiron parcialmente resultando nunhas menores marxes porcentuais, e compensados en parte desde os aforros en eficiencia e produtividade que veñen executándose nos últimos exercicios. O resto repercutiuse nos prezos de venda ao público. O resultado final do exercicio reflicte un beneficio de 64 millóns de euros.

As ventas do Grupo EROSKI alcanzan a cifra de 4.828 millóns de euros, lixeiramente superior á do exercicio anterior e que representa unha porcentaxe de crecemento respecto do mesmo do 6,3%.

A actividade ordinaria reflicte un resultado bruto de 204 millóns de euros, e iso nun contexto de subida de custos, tanto de produtos obxecto de venda como doutros custos directos, circunstancia que foi parcialmente asumida e non repercutida totalmente en prezos, obténdose así unha marxe porcentualmente inferior á rexistrada en exercicios anteriores. Así mesmo, tiveron continuidade as medidas de mellora de eficiencia na cadea de valor e procesos loxísticos de negocio iniciadas en exercicios anteriores.

É preciso destacar, ademais, a implicación e o compromiso do conxunto de traballadores do Grupo, que volveron demostrar a capacidade de adaptación ás esixencias do mercado e focalizarse na mellora da atención e satisfacción dos nosos clientes. A busca da satisfacción dos nosos clientes é sempre a guía que nos permite aliñar os esforzos coordinados do conxunto de traballadores, e este ano permitiunos lograr un EBITDA de 281 millóns de euros.

Confírmanse as expectativas respecto ao reforzo do proxecto de Cataluña e Baleares tras a incorporación a finais de 2021 dun socio neste perímetro, tendo evolucionado ambos os dous perímetros de forma satisfactoria durante 2022. Este positivo funcionamento cun socio ten como precedente sostido durante máis de

25 anos o relativo ao perímetro de Galicia, tamén cunha evolución satisfactoria durante este exercicio 2022.

Por último, cabe sinalar que, durante o exercicio de 2022, tamén se cumpriron os compromisos asumidos no marco do endebedamento financeiro, o cal continúa reducíndose conforme á planificación prevista.

Valor económico directo xerado e distribuído (miles de euros)

	2022	2021	2020
Ingresos ordinarios	5.089.775	4.792.390	5.051.869
Vendas netas distribución	4.828.196	4.541.380	4.807.439
Outros ingresos sen rendemento venda inmovilizado	261.579	251.009	244.430
Beneficio operativo (antes de deterioracións, resultados venda inmovilizado e actividades non correntes)	204.014	185.475	253.213
Deterioro, resultado venda inmovilizado e activos non correntes	-21.945	-63.913	-199.764
Beneficio antes de xuros e impostos	182.068	121.562	53.449
Resultado financeiro	-97.248	33.147	-104.503
Participación beneficio/perdas das inversións aplicando método de participación	81	221	232
Imposto sobre as ganancias	-20.987	-50.316	-26.740
Beneficio neto por actividades interrompidas	0	0	0
Resultado do exercicio	63.914	104.614	-77.562

Taxonomía de finanzas sustentables

A Taxonomía de Finanzas Sustentables da Unión Europea (UE), regrada polo Regulamento (UE) 2020/852, tamén chamado Taxonomía Verde ou Medioambiental, establece o marco xeral para determinar se unha actividade económica pode considerarse medioambientalmente sostible. Proporciona un sistema de clasificación normalizado, baseado na ciencia, para identificar actividades económicas ambientalmente sostibles, actuando como un importante facilitador para apoiar o investimento sostible e acelerar a

descarbonización da economía europea. Crea seguridade e transparencia para os investidores, e apoia as empresas á hora de planificar unha folia de ruta que permita alcanzar o obxectivo de cero emisións netas.

Considérase que unha actividade económica será ambientalmente sostible cando esa actividade económica:

- a) Contribúa substancialmente a un ou varios dos obxectivos medioambientais establecidos referidos, polo momento, á mitigación do cambio climático e á adaptación ao cambio climático, á espera da publicación do resto de obxectivos medioambientais.
- b) Se axuste a criterios técnicos de selección para determinar as condicións nas que se considera que unha actividade económica contribúe de forma substancial á mitigación do cambio climático ou á adaptación a este.
- c) Non cause un prexuízo significativo a ningún dos demais obxectivos ambientais (Regulamento Delegado UE 2021/2139)
- d) Se leve a cabo de conformidade coas garantías sociais mínimas establecidas.

O punto a) coñécese como 'elixibilidade pola Taxonomía' e os puntos b), c) e d), como aliñamento. O feito de incumprir algún dos puntos b), c) ou d) implica que a actividade ou produto se consideraría elixible e non aliñada coa Taxonomía. Considérase que unha actividade contribúe substancialmente a un obxectivo ambiental, punto a), se se especifica no Acto Delegado sobre o Clima de Mitigación ao Cambio Climático e Adaptación ao Cambio Climático. Polo tanto, o resto das actividades non elixibles serán as que non aparecen no Regulamento Delegado sobre o Clima 2021/2139.

Neste segundo ano de aplicación do Regulamento da Taxonomía, EROSKI, como entidade de interese público obrigada a presentar esta información, analizou a elixibilidade, ao igual que no ano 2021, e o aliñamento, como se requiría para os datos do ano 2022, das súas actividades e produtos baseándose nos actos delegados de mitigación e adaptación ao cambio climático. Así pois, os requirimentos da Taxonomía introducíronse na xestión da organización en dúas etapas diferenciadas: co informe do ano 2021, de identificación da elixibilidade, e no ano 2022, coa análise de elixibilidade e aliñamento.

Por conseguinte, reforzouse o traballo realizado o ano pasado coa incorporación e maior especificación e información das actividades identificadas como elixibles e, posteriormente, a análise dos criterios técnicos de selección para analizar o aliñamento das súas actividades e produtos.

Na análise de elixibilidade identificáronse todas as actividades de EROSKI incluídas no mencionado Acto Delegado. En concreto, identificáronse un total de 9 actividades e produtos elixibles dentro do obxectivo ambiental de mitigación do cambio climático:

- 4.16. Instalación e explotación de bombas de calor eléctricas
- 5.5. Recollida e transporte de residuos non perigosos en fraccións segregadas en orixe
- 6.5. Transporte por motocicletas, turismos e vehículos comerciais lixeiros
- 7.2. Renovación de edificios existentes
- 7.3. Instalación, mantemento e reparación de equipos de eficiencia enerxética
- 7.4. Instalación, mantemento e reparación de estacións de recarga para vehículos eléctricos en edificios
- 7.5. Instalación, mantemento e reparación de instrumentos e dispositivos para medir, regular e controlar a eficiencia enerxética dos edificios
- 7.6. Instalación, mantemento e reparación de tecnoloxías de enerxía renovable
- 8.1. Proceso de datos, *hosting* e actividades relacionadas

Posteriormente, analizáronse en profundidade as descrições desenvoltas no Acto Delegado para verificar o cumprimento dos criterios técnicos específicos establecidos para medir a contribución substancial á mitigación do cambio climático para cada unha das actividades elixibles.

Así, por exemplo, hai actividades que, aínda sendo elixibles, non están aliñadas. Por exemplo, a actividade 8.1. de 'Proceso de datos, *hosting* e actividades relacionadas' non se considera aliñada porque o refrixerante utilizado nos servidores de datos ten un potencial de quecemento global superior ao máximo permitido nos criterios técnicos de selección da Taxonomía para considerar que a actividade ten unha contribución substancial á mitigación do cambio climático.

Na avaliación do principio de 'non causar dano significativo a outros obxectivos' (máis coñecido como DNSH, polas súas siglas en inglés) realizouse unha análise dos procedementos ambientais existentes para verificar o cumprimento dos criterios, cuantitativos e cualitativos, de DNSH (caso de mitigación) para:

- Adaptación ao cambio climático.
- Uso sostible e protección dos recursos hídricos e mariños.
- Transición cara a unha economía circular.
- Prevención e control da contaminación.

- Protección e recuperación da biodiversidade e os ecosistemas.

Posteriormente verificouse que se cumpren as garantías sociais mínimas, isto é, que EROSKI cumpre coas Directrices da OCDE para Empresas Multinacionais e os Principios Reitores das Nacións Unidas sobre Empresas e Dereitos Humanos, así como os principios e convenios da OIT.

Neste sentido, EROSKI cumpre coa legalidade en materia social e vela para que a súa cadea de valor tamén estea aliñada cos principios da OIT e os dereitos humanos, tal como se explica nos capítulos 1, 'Sobre EROSKI' (páxina 29), e 2, 'Modelo de negocio' (páxina 36). Proba de isto é que non identificou ningún caso de discriminación ou vulneración dos dereitos humanos no pasado exercicio, tal como se reporta para os estándares GRI 2-27, 205-3, 406-1, 407-1, 408-1, 409-1, 411-1, 412-1, 413-1 e 414-2.

Tal e como obriga o artigo 8 de Taxonomía, procedeuse a informar, cuantitativamente, sobre a maneira e a medida en que as actividades da empresa se asocian a actividades económicas que se consideran medioambientalmente sostibles.

En particular, proporciónase información sobre:

- A proporción de facturación que procede de produtos ou servizos relacionados con actividades económicas que se consideren medioambientalmente sostibles.
- A proporción do total do seu activo fixo (CapEx ou investimentos) relacionado con activos ou procesos asociados a actividades económicas que se consideren medioambientalmente sostibles.
- A proporción dos seus gastos de explotación (OpEx) relacionado con activos ou procesos asociados a actividades económicas que se consideren medioambientalmente sostibles.
-

Ademais, móstranse as táboas, tal e como require o Anexo II do Regulamento Delegado 2021/2178, para as empresas non financeiras⁴.

⁴ Nas táboas de referencia para os indicadores clave de resultados das empresas non financeiras, cando se refire a actividades medioambientalmente sostibles (que se axustan á taxonomía), son actividades Elixibles e Aliñadas, e cando menciona que non se axustan á taxonomía, son as actividades Elixibles e non Aliñadas.

Cabe indicar que, para o OpEx, o denominador está formado polos gastos de arrendamentos operativos, investigación e desenvolvemento, e reparacións e conservación. Ascende a 90.854 euros, tal como se indica na nota 25 'Outros gastos do Informe Financeiro Anual (IFA) consolidado'. En referencia ao CapEx, o denominador ascende a 433.328 miles de euros, coa conseguinte desagregación nas diferentes notas do IFA consolidado:

- Inmobilizado material: 102.315 miles de euros (Anexo IV)
- Dereitos de uso: 319.529 miles de euros (Nota 10)
- Outros activos intanxibles: 11.207 miles de euros (Anexo V)
- Investimentos inmobiliarios: 73 miles de euros (Nota 7)
- Existencias inmobiliarias: 204 miles de euros (Nota 15)

Os resultados obtidos resúmense nos seguintes aspectos máis relevantes:

- Observando as magnitudes relativas, o produto ou actividade cunha maior porcentaxe de vendas en relación co aliñamento da Taxonomía é a recollida e transporte de residuos non perigosos en fraccións segregadas en orixe, cun 0,12% respecto ao total. Así mesmo, para a magnitude de OpEx, a maior porcentaxe corresponde tamén á actividade mencionada anteriormente, cun 3,29% respecto ao total. Finalmente, no que respecta á magnitude de CapEx, a maior porcentaxe corresponde á instalación, mantemento e reparación de equipos de eficiencia enerxética, cun 0,92% respecto ao total.
- En relación cos totais de actividades e produtos aliñados, a maior porcentaxe respecto ao total corresponde ao OpEx cun 6,84%, seguido da porcentaxe de CapEx cun 1,67% e, finalmente, a porcentaxe de vendas cun 0,12%.

Volume de negocios (ventas netas) segundo a Taxonomía Verde

				Criterios de contribución substancial		Criterios de ausencia de prexuízo significativo ('Non causa un prexuízo significativo')										
Actividades económicas	Códigos	Volume de negocios absoluto (miles de euros)	Proporción do volume de negocios (%)	Mitigación do cambio climático (%)	Adaptación ao cambio climático (%)	Mitigación do cambio climático (S/N)	Adaptación ao cambio climático (S/N)	Recursos hídricos e mariños (S/N)	Economía circular (S/N)	Contaminación (S/N)	Biodiversidade e ecosistemas (S/N)	Garantías mínimas (S/N)	Proporción do volume de negocios que se axusta á taxonomía, ano N (%)	Proporción do volume de negocios que se axusta á taxonomía, ano N-1 (%)	Categoría (actividade facilitadora) (F)	Categoría (actividade de transición) (T)
A. ACTIVIDADES ELIXIBLES SEGUNDO A TAXONOMÍA																
A.1. Actividades medioambientais sostibles (que se axustan á taxonomía)																
Recollida e transporte de residuos non perigosos en fraccións segregadas en orixe	5,5	5.992	0,1	100,0	-		S		S			S	0,1	ND		
Volume de negocio de actividades medioambientais sostibles (que se axustan á taxonomía) A.1		5.992	0,1	100,0	-								0,1	ND		
A.2 Actividades elixibles segundo a taxonomía, pero non medioambientalmente sostibles (actividades que non se axustan á taxonomía)																
Volume de negocios de actividades elixibles segundo a taxonomía, pero non medioambientalmente sostibles (actividades que non se axustan á taxonomía) (A.2)		0	0													
Total (A.1 + A.2)		5.992	0,1													
B. ACTIVIDADES NON ELIXIBLES SEGUNDO A TAXONOMÍA																
Volume de negocios de actividades non elixibles segundo a taxonomía (B)		4.822.203	99,9													
Total (A + B)		4.828.195	100													

Investimentos (CapEx) segundo a Taxonomía Verde

				Criterios de contribución substancial		Criterios de ausencia de prexuízo significativo ('Non causa un prexuízo significativo')											
Actividades económicas	Códigos	CapEx absoluto (miles de euros)	Proporción do CapEx (%)	Mitigación do cambio climático (%)	Adaptación ao cambio climático (%)	Mitigación do cambio climático (S/N)	Adaptación ao cambio climático (S/N)	Recursos hídricos e mariños (S/N)	Economía circular (S/N)	Contaminación (S/N)	Biodiversidade e ecosistemas (S/N)	Garantías mínimas (S/N)	Proporción do CapEx que se axusta á taxonomía, ano N (%)	Proporción do CapEx que se axusta á taxonomía, ano N+1 (%)	Categoría (actividade facilitadora) (F)	Categoría ('actividade de transición') (T)	
A. ACTIVIDADES ELIXIBLES SEGUNDO A TAXONOMÍA																	
A.1. Actividades medioambientais sostibles (que se axustan á taxonomía)																	
Renovación de edificios existentes	7,2	2.969	0,7	100,0	-		S	S	S	S		S	0,7	ND		T	
Instalación, mantemento e reparación de equipos de eficiencia enerxética	7,3	4.003	0,9	100,0	-		S			S		S	0,92	ND	F		
Instalación, mantemento e reparación de estacións de recarga para vehículos eléctricos en edificios	7,4	4.500	0,0	100,0	-		S					S	0,0	ND	F		
Instalación, mantemento e reparación de instrumentos e dispositivos para medir, regular e controlar	7,5	43	0,0	100,0	-		S					S	0,0	ND	F		
Instalación, mantemento e reparación de tecnoloxías de enerxía renovable	7,6	208	0,0	100,0	-		S					S	0,0	ND	F		
CapEx de actividades medioambientais sostibles (que se axustan á taxonomía) A.1		7.227	1,7	100,0	-								1,7	ND			
A.2 Actividades elixibles segundo a taxonomía, pero non medioambientalmente sostibles (actividades que non se axustan á taxonomía)																	
CapEx de actividades elixibles segundo a taxonomía, pero non medioambientalmente sostibles (actividades que non se axustan á taxonomía) (A.2)		0	0														
Total (A.1 + A.2)		7.227	1,67														
B. ACTIVIDADES NON ELIXIBLES SEGUNDO A TAXONOMÍA																	
CapEx de actividades non elixibles segundo a taxonomía (B)		426.101	98,3														
Total (A + B)		433.328	100														

Gastos (OpEx) segundo a Taxonomía Verde

				Criterios de contribución substancial		Criterios de ausencia de prexuízo significativo ('Non causa un prexuízo significativo')										
Actividades económicas	Códigos	OpEx absoluto (miles de euros)	Proporción do OpEx (%)	Mitigación do cambio climático (%)	Adaptación ao cambio climático (%)	Mitigación do cambio climático (S/N)	Adaptación ao cambio climático (S/N)	Recursos hídricos e mariños (S/N)	Economía circular (S/N)	Contaminación (S/N)	Biodiversidade e ecosistemas (S/N)	Garantías mínimas (S/N)	Proporción do OpEx que se axusta á taxonomía, ano N (%)	Proporción do OpEx que se axusta á taxonomía, ano N-1 (%)	Categoría (actividade facilitadora) (F)	Categoría ('actividade de transición') (T)
A. ACTIVIDADES ELIXIBLES SEGUNDO A TAXONOMÍA																
A.1. Actividades medioambientais sostibles (que se axustan á taxonomía)																
Instalación e explotación de bombas de calor eléctricas	4,16	620	0,7	100,0	-	S	S	S	S	S		S	0,7	ND		
Recollida e transporte de residuos non perigosos en fraccións segregadas en orixe	5,5	2.991	3,3	100,0	-		S		S			S	3,29	ND		
OpEx de actividades medioambientais sostibles (que se axustan á taxonomía) A.1		3.611	3,3	100,0									3,3	ND		
A.2 Actividades elixibles segundo a taxonomía, pero non medioambientalmente sostibles (actividades que non se axustan á taxonomía)																
Recollida e transporte de residuos non perigosos en fraccións segregadas en orixe	5,5	0,5	0,0													
Transporte por motocicletas, turismos e vehículos comerciais lixeiros	6,5	1.283	1,4													
Proceso de datos, hosting e actividades relacionadas	8,1	1.319	1,5													
OpEx de actividades elixibles segundo a taxonomía, pero non medioambientalmente sostibles (actividades que non se axustan á taxonomía) (A.2)		2.602	3,5													
Total (A.1 + A.2)		6.213	6,84													
B. ACTIVIDADES NON ELIXIBLES SEGUNDO A TAXONOMÍA																
OpEx de actividades non elixibles segundo a taxonomía (B)		84.641	93,2													
Total (A + B)		90.854	100													

Alcance e principios de elaboración do informe

GRI 2-2; 2-3; 2-14

Un ano mais, nun exercicio de transparencia e compromiso cos nosos grupos de interese, publicamos o Estado de Información non Financeira, onde informamos sobre o noso desempeño respecto a cuestións medioambientais, sociais, éticas e económicas, así como aquelas relativas aos dereitos humanos ou ao persoal, entre outras, durante o exercicio 2022. O período de publicación do informe é anual.

Co fin de facilitar a súa consulta, elaboramos o documento en liña cos requisitos establecidos na Lei 11/2018, de 28 de decembro, de información non financeira e diversidade, e utilizando como referencia os estándares de Global Reporting Initiative (GRI), o marco de reporte máis empregado a nivel mundial en informes de sustentabilidade. Ao tomar de referencia estes estándares, buscamos asegurar que a calidade da memoria e o seu contido estean aliñados coas expectativas dos nosos grupos de interese e favorecer o principio de comparabilidade tanto dos distintos indicadores publicados en anos sucesivos, como cos informes presentados por outras organizacións.

Alcance da información

As sociedades para as que se reportan datos nesta memoria son aquelas afectadas pola Lei 11/2018. Estas son as 22 sociedades incluídas no Anexo I dos estados consolidados financeiros con integración global, especificando a actividade de cada unha delas. En función disto, o seu impacto nos aspectos non financeiros ten maior ou menor relevancia. Por exemplo, unicamente as sociedades identificadas cun asterisco (*) teñen empregados, xa que o resto están xestionadas desde algunha desas sociedades.

En canto ao motivo de non considerar as sociedades asociadas, é que, se ben o importe dos activos netos destas sociedades ascende a 82 millóns de euros, o valor dos investimentos contabilizados aplicando o método da participación en contas consolidadas de EROSKI ascende a 6,4 millóns de euros; isto supón un 0,15% sobre os activos totais, á súa vez, cun resultado de 81 miles de euros, que corresponde a un 0,1% sobre o resultado total consolidado. Tendo en conta que a maioría destas sociedades non contan con traballadores nin actividade directa, non se considerou que a súa información non financeira sexa cuantitativa nin cualitativamente material ou relevante.

Adicionalmente, inclúese información sobre as accións da Fundación EROSKI en relación co estándar GRI-413 de Comunidades Locais.

Sociedades de Grupo EROSKI e a súa actividade

Sociedade	Actividade
EROSKI, S.COOP.*	Distribución e venta de bens e servizos, e participación en sociedades de distribución e venta de bens e servizos.
CECOSA HIPERMERCADOS, S.L.*	Distribución e venta de bens e servizos e explotación directa e indirectamente de gasoliñeiras, gasóleos de automoción ou combustibles similares.
EQUIPAMIENTO FAMILIAR Y SERVICIOS, S.A.*	Distribución e venta de bens e servizos.
CECOSA DIVERSIFICACIÓN, S.L.	Participación en sociedades de distribución e venta de bens e servizos.
CECOSA SUPERMERCADOS, S.L.*	Distribución e venta de bens e servizos e explotación directa e indirectamente de gasoliñeiras, gasóleos de automoción ou combustibles similares.
FORUM SPORT, S.A.*	Distribución e venta de bens e servizos.
VIAJES EROSKI, S.A.*	Axencia de viaxes.
CAPRABO, S.A.U.*	Distribución e venta de bens e servizos.
SOCIEDAD FRANQUICIAS EROSKI CONTIGO, S.L.U.	Distribución e venta de bens e servizos.
EROSKI HIPERMERCADOS, S.COOP.	Servizos de colocación e subministración de persoal.
CECOSA INSTITUCIONAL, S.L.	Participación en sociedades de distribución e venta de bens e servizos.
DESARROLLOS COMERCIALES DE OCIO E INMOBILIARIOS DE ORENSE, S.A.	Tenza de inmobles.
JACTUS SPAIN, S.L.	Compraventa e tenza de valores inmobiliarios e outros activos financeiros por conta propia e administración de patrimonios.
INMOBILIARIA RECARÉ, S.A.U.	Tenza de inmobles.
GESTIÓN DE PARTICIPACIONES FORUM, S.C.P.	Participación en sociedades de distribución e venta de bens e servizos.
APORTACIONES FINANCIERAS EROSKI, S.A.	Compraventa e tenza de valores inmobiliarios e outros activos financeiros por conta propia e administración de patrimonios.
DESARROLLOS INMOBILIARIOS LOS BERROCALES, S.A.	Tenza de inmobles.
VEGONSA AGRUPACIÓN ALIMENTARIA, S.A. e sociedades dependientes*	Distribución e venta de bens e servizos.

Sociedade	Actividade
CECOGOICO, S.A.	Participación en sociedades de distribución e venda de bens e servizos.
NEWCOBECO, S.A.	Participación en sociedades de distribución e venda de bens e servizos.
PENINSULACO, S.L.U.*	Distribución e venda de bens e servizos e explotación directa e indirectamente de gasoleiras, gasóleos de automoción ou combustibles similares.
SUPRATUC2020, S.L.	Participación en sociedades de distribución e venda de bens e servizos.

*Sociedades con empregados directos.

Destas sociedades, as que son propietarias de establecementos para os distintos negocios que presentamos no capítulo 2 son as seguintes:

Sociedades propietarias de establecementos por negocio

Sociedade	Hipermercados	Supermercados	Gasolineiras	Ocio e deporte	Axencias de viaxe	Ópticas	Tenda online
EROSKI, S.COOP.	✓	✓				✓	✓
CAPRABO, S.A.U.		✓	✓				✓
CECOSA HIPERMERCADOS, S.L.	✓		✓			✓	
CECOSA SUPERMERCADOS, S.L.		✓	✓				
EQUIPAMIENTO FAMILIAR Y SERVICIOS, S.A.		✓					
FORUM SPORT, S.A.				✓			✓
PENINSULACO S.L.		✓					
VEGONSA AGRUPACIÓN ALIMENTARIA, S.A.	✓	✓	✓				✓
VIAJES EROSKI, S.A.					✓		✓

A información contida neste informe foi verificada externamente por Bureau Veritas conforme á Lei 11/2018 e aos estándares GRI 2021 (páxina 245-246). A selección da entidade verificadora fíxose mediante licitación con participación de distintas empresas, conforme ás bases establecidas e con validación do departamento de Auditoría Interna de EROSKI.

Este informe é revisado polo Comité de Auditoría e Cumprimento, e aprobado despois polo Consello Reitor, que tamén valida os temas materiais identificados.

Grupos de interese

GRI 2-25; 2-29

A través da nosa actividade, aspiramos a xerar un impacto positivo nos tres ámbitos nos que levamos a cabo o noso labor. Para conseguilo, consideramos fundamental contar cunha relación sólida e de colaboración cos nosos grupos de interese. Desta forma, mantemos con estas persoas, grupos, colectivos e organizacións unha interacción e cooperación mutua fortalecida ao longo dos anos.

Contamos con medidas para involucralos nas nosas actividades e toma de decisións, sen dúbida un aspecto básico para poder desenvolver a nosa responsabilidade social e o control dos nosos impactos. Nesta liña, esforzámonos por coñecer as súas expectativas, intereses e opinións de cara a reforzar o noso compromiso coa satisfacción das súas necesidades.

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

Grupos de interese internos

- Socios/as traballadores/as
- Socias/os consumidores/as
- Persoas traballadoras (non socios/as)

Grupos de interese externos

- Empresas e asociacións empresariais
- Persoas consumidoras
- Emprendedores franquiciados
- Gobernos
- Investidores
- Clientes e socios cliente
- Empresas proveedoras
- Entidades financeiras
- Medidas de comunicación
- Terceiro sector

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

Grupo de interese	Mecanismo de comunicación	Cuestións e preocupacións clave
Cientes e socios cliente	Servizo de atención ao cliente (en tenda, teléfono e web). Revista EROSKI Club. Revista Sabor de CAPRABO. Estudos de satisfacción de clientes. Programas de escoita á clientela. Folletos promocionais. App EROSKI. Newsletters.	Relación calidade/prezo. Innovación. Cumprimento normativo. Empresa socialmente responsable. Saúde e seguridade dos clientes. Protección de datos. Trazabilidade de produto. Competitividade no mercado. Desperdicio alimentario.
Persoas consumidoras	Revista Consumer EROSKI e www.consumer.es . Escola de Alimentación (www.escueladealimentacion.es). 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, Consejo de Consumidores y Usuarios, AECOSAN, etc.). Notas e conferencias de prensa.	Relación calidade/prezo. Servizo de atención ao cliente. Competitividade no mercado. Saúde e seguridade dos clientes. Promoción de hábitos de consumo saudables e sostibles. Empresa socialmente responsable. Marketing e etiquetado. Desperdicio alimentario. Trazabilidade do produto.
Persoas traballadoras	Publicacións: Nexo, Néctar, La Parrapla, intranets (Prisma, ForumNet), actas, comunicacións en sede. Entrevistas de avaliación. Enquisas de cultura laboral. Auditorías. 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 traballadores/as	Órganos de participación societaria. Manual de acollida. Mecanismos propios de persoas traballadoras.	Cuestións inherentes ás persoas traballadoras.
Socias/os consumidores/as	Órganos de participación societaria. Newsletters. Mecanismos propios de socios/as cliente e persoas consumidoras.	Cuestións inherentes ás persoas consumidoras e socios/as cliente/a.
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. Trazabilidade do produto. Desempeño económico. Competencia desleal. Competitividade no mercado.

Grupo de interese	Mecanismo de comunicación	Cuestións e preocupacións clave
Entidades financeiras/inversores	Informe de goberno corporativo. Informe contas anuais consolidadas. Notas e conferencias de prensa. Páxina web da CNMV e EROSKI.	Innovación. Cambio climático. Xestión ética e responsable. Servizo ao cliente. Emprego.
Emprendedores/as franquiciados/as	Programa 'Contigo' en franquía. Comunicacións directas co persoal da Dirección de Franquías da Dirección Xeral de Rede.	Competitividade no mercado. Impulso de provedores locais. Atención ao cliente. Desenvolvemento social e económico do contorno. Trazabilidade 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. Oenegués: convenios de colaboración, patrocinios, xornadas, stands.	Accesibilidade. Cumprimento normativo. Desperdicio alimentario. Acción social e solidariedade. Empresa socialmente. Responsable. Emprego.

Análise de materialidade

GRI 3-1; 3-2; 3-3

Segundo os principios establecidos polos Estándares GRI para definir os contidos no Estado de Información non Financeira 2022 do Grupo EROSKI, levamos a cabo unha actualización da análise de materialidade co fin de incluír e determinar os temas que son relevantes para a organización e os seus grupos de interese.

Neste sentido, en 2022 actualizamos os resultados da análise de materialidade realizada en 2021. Nesta análise integramos os resultados da consulta a grupos de interese externos e incorporamos a visión da dobre materialidade tendo en conta o impacto no negocio e o impacto na comunidade.

A análise identifica que temas materiais 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 ou a sociedade.

Os asuntos materiais avaliados clasificáronse en catro grupos: Xestión responsable, xestión de clientes e produto, xestión ambiental e xestión de persoas.

O proceso para realizar a matriz de materialidade 2022 desenvolveuse seguindo estes catro pasos:

- **Paso 1:** Análise e identificación de temas materiais. Para identificar os temas potencialmente materiais (relevantes), baseámonos na listaxe de asuntos materiais publicada na Memoria de 2021.
- **Paso 2:** Unha vez obtida a listaxe de asuntos materiais, realizouse unha priorización que deu como resultado unha listaxe daqueles temas que son máis relevantes para os nosos grupos de interese. Para identificar os asuntos materiais máis importantes para os grupos de interese externos, o método de consulta foi unha enquisa *online* na que participaron 4508 persoas. Nesta análise de materialidade recóllense as necesidades e expectativas de grupos de interese do ámbito da saúde, franquías, mundo das cooperativas, medios de comunicación, provedores locais e internacionais, traballadores, clientes, alianzas estratéxicas, ámbito académico, asociacións, empresas, entidades financeiras, institucións públicas e provedores de servizos.
- **Paso 3:** Unha vez identificados e valorados os asuntos materiais polos grupos de interese externos, realizouse unha análise interna entre dez membros do Comité de Dirección de EROSKI (5 deles pertencen tamén ao Comité de Riscos da organización), que valoraron os asuntos materiais desde unha tripla perspectiva nunha escala de 1 a 5: valoración segundo posible risco, posible oportunidade e impacto en persoas e medio ambiente.
- **Paso 4:** Os resultados obtidos revisáronse e validáronse para asegurar que a materialidade reflicte de forma razoable e equilibrada o desempeño de EROSKI en materia de sustentabilidade. Ademais, para obter unha visión tanto dos impactos positivos como dos impactos negativos, aplicouse a visión de materialidade de impacto ambiental e social sobre os asuntos materiais resultantes da análise.

Na actualización deste ano identificáronse os seguintes asuntos materiais novos: trazabilidade de produto e calidade, atracción e retención do talento; formación e desenvolvemento profesional dos traballadores; conciliación laboral, persoal e familiar; accesibilidade para as persoas con discapacidade, e organización do traballo e desconexión. Así mesmo, detectouse que os seguintes asuntos materiais deixaron de selo ao parecer no cuadrante inferior esquerdo: comportamento ético, transparente e responsable; cambio climático e consumo responsable de recursos (materiais, enerxía, auga); desempeño económico responsable; diálogo e relación traballador-empresa, e prácticas de *marketing* e etiquetado responsable.

MATRIZ DE DOBRE MATERIALIDADE EROSKI 2022

XESTIÓN RESPONSABLE

1. Impulso de provedores locais
2. Garantía de cumprimento ético, social e ambiental dos provedores e subcontratistas
3. Tracción dos provedores para a mellora do seu desempeño ambiental e social
4. Cumprimento normativo da organización
5. Transformación dixital
6. Impacto social e económico na contorna
7. Acción social e inserción laboral dos colectivos vulnerables nas comunidades locais
8. Lucha contra a corrupción
9. Prácticas de competencia desleal
10. Diálogo e compromiso cos grupos de interese
11. Ética, cumprimento e bo goberno
12. Transparencia
13. Desempeño económico responsable
14. Valores e compromisos de responsabilidade social da organización

21. Servizo de atención ao cliente
22. Ecodiseño de produtos e servizos para que sexan máis sostibles
23. Respeito ao benestar animal
24. Prácticas de marketing e etiquetado responsables
25. Reputación da marca corporativa fronte ao cliente

XESTIÓN AMBIENTAL

26. Consumo responsable de recursos (materiais, enerxía e auga)
27. Protección da biodiversidade e ecosistemas na súa actividade
28. Cambio climático e emisións de carbono
29. Xestión circular de residuos
30. Desperdicio alimentario

XESTIÓN DE PERSOAS

31. Emprego estable, de calidade e con salario digno
32. Atracción e retención de talento
33. Conciliación laboral, persoal e familiar
34. Formación e desenvolvemento profesional dos traballadores
35. Diversidade, igualdade e inclusión
36. Seguridade e saúde laboral
37. Diálogo e relación traballador-empresa
38. Organización do traballo e desconexión

XESTIÓN DE CLIENTES E PRODUTO

15. Produtos competitivos en calidade/prezo
16. Saúde e seguridade dos clientes
17. Promoción e formación de hábitos de consumo responsable
18. Protección de datos e seguridade da información
19. Accesibilidade para as persoas con discapacidade
20. Trazabilidade de produto e calidade



Distinguímos:

- Cuadrante **laranxa**: asuntos de importancia alta para os grupos de interese e de impacto alto no negocio para os directivos de EROSKI.
- Cuadrante **verde**: asuntos materiais con importancia alta para os grupos de interese, pero que os directivos de EROSKI non consideran que teñan un impacto alto no negocio.
- Cuadrante **azul**: asuntos materiais con impacto alto no negocio, pero que os grupos de interese non consideran que teñan unha importancia alta.
- Tamaño das bólas: en función de como os directivos valoran o impacto da actividade de EROSKI en persoas e no medio ambiente.

Lista de temas materiais e a súa cobertura

Na táboa que se mostra a continuación incorporáronse os 22 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), o motivo polo que o asunto é material para EROSKI e, por último, sintetiza

a probabilidade de impacto xunto co impacto de EROSKI sobre o contorno a través da súa capacidade transformadora no mesmo.

Asunto material	GRI	Onde se produce o impacto	Implicación de EROSKI	Definición do tema material	Impacto ambiental e social
Xestión responsable					
Impulso de provedores locais	GRI 204-1	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 ás 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.
Tracción dos provedores para a mellora do seu desempeño ambiental e social	GRI 3-3	Fóra e dentro da organización	Directa e indirecta	Accións para sensibilizar e capacitar a cadea de subministración co obxectivo de cumprir coas metas de organización en materia ambiental e social, ou os requisitos legais establecidos neses ámbitos.	O maior impacto ambiental dun distribuidor xérase a súa cadea de subministración. A nivel social, os maiores riscos de vulneración dos dereitos humanos ou laborais encóntranse en terceiros países con menos controis por parte das administracións locais. É clave a mellora da cadea de valor para alcanzar obxectivos de neutralidade e dar cumprimento coas obrigas de dilixencia debida.
Transformación dixital	GRI 3-3	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 medio marcado pola relevancia de garantir a protección de datos dos seus distintos grupos de interese, especialmente en accións de promoción. En canto á dixitalización, o impacto no desenvolvemento social é baixo

Asunto material	GRI	Onde se produce o impacto	Implicación de EROSKI	Definición do tema material	Impacto ambiental e social
Impacto social e económico do contorno	GRI 3-3; GRI 201-1; GRI 203-2; GRI 413-1	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 cubre 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
Xestión clientes e produtos					
Produtos competitivos en calidade/prezo	GRI 3-3	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.
Saúde e seguridade dos clientes	GRI 3-416-1; 416-2	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.
Protección de datos e seguridade da información	GRI 418-1	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 medio marcado pola relevancia de garantir a protección de datos dos seus distintos grupos de interese, especialmente en accións de promoción. En canto á dixitalización, o impacto no desenvolvemento social é baixo
Trazabilidade de produto e calidade*	GRI 3-416-1; 416-2	Fóra e dentro da organización	Directa e indirecta	Control de procesos dun produto desde a súa orixe inicial, pasando por tódolos	O control da trazabilidade é esencial para a xestión de incidencias na

Asunto material	GRI	Onde se produce o impacto	Implicación de EROSKI	Definición do tema material	Impacto ambiental e social
	416-2; 417-1; 417-2			axentes da cadea de valor ata o cliente final, e o cumprimento dos aspectos de seguridade e as calidades do produto para a satisfacción do cliente.	seguridade dos produtos e, polo tanto, para minimizar o seu impacto na saúde das persoas consumidoras. Pola súa banda, a calidade dos produtos impacta directamente na elección de compra e na satisfacción dos clientes.
Servizo de atención ao cliente	GRI 3-3; GRI 416-2; 417-2	Fóra da organización	Directa	Estratexia comercial deseñada para conseguir a máxima satisfacción do cliente, mantendo unha relación de confianza mutua, a través de: un cadro de persoal experto, trato humano, máxima calidade, atención personalizada, inmediatez e aposta pola sustentabilidade.	Impacto medio nos consumidores, xa que responde ás súas necesidades en canto a preferencias de produto e sistemas de compra (compras experienciais, <i>online</i> , etc.); permite atender as necesidades de colectivos vulnerables como os sénior e promoven un consumo de calidade e sostible.
Ecodeseño de produtos e servizos para que sexan máis sostibles	GRI 3-3; GRI 301-1; 301-2; 306-2	Fóra e dentro da organización	Directa e indirecta	Medidas de ecodeseño, reciclabilidade e incorporación de materias primas en <i>packaging</i> para xerar o menor impacto negativo posible no contorno. 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.
Respecto ao benestar animal*	GRI 3-3	Dentro e fóra da organización	Directa e indirecta	Un animal está en boas condicións de benestar se está san, cómodo, ben alimentado, en seguridade, pode expresar formas innatas de comportamento e se non padece sensacións desagradables de dor, medo ou desacougo.	Impacto na proposta de valor da oferta comercial para o consumidor preocupado por cuestións éticas. Afectación na percepción social de alimentos de orixe animal e cambios nos patróns de consumo, con afectación nese sector produtivo. Impacto na reputación de distribuidores e fabricantes.
Reputación da marca corporativa fronte ao cliente.	GRI 3-3	Fóra da organización	Directa	Reforzar os piares estratéxicos nos que se asenta a estratexia de marca, incluíndo aspectos como a súa notoriedade, propósito, misión, visión e	O impacto da reputación da marca cara aos clientes é baixo, pois non implica afectacións no contorno ou nas persoas.

Asunto material	GRI	Onde se produce o impacto	Implicación de EROSKI	Definición do tema material	Impacto ambiental e social
				valores, ou o seu posicionamento no mercado, entre outros aspectos.	
Xestión ambiental					
Xestión circular dos residuos	GRI 301-1; 301-2; 301-3; 306-2; 306-3; 306-4; 306-5	Fóra e dentro da organización	Directa e indirecta	Xestión adecuada dos residuos xerados pola produción. Eliminar o desperdicio en orixe e atopar usos alternativos para o que queda, desenvolvendo e buscando tecnoloxías e procesos que continúen a reducir a pegada de desperdicio. O modelo de produción e consumo baseado no principio de 'pechar o ciclo de vida' dos produtos axuda a cumprir este compromiso.	Impacto alto pola xeración de residuos en produción, distribución, <i>packaging</i> e ingredientes, e a capacidade de chegada ao consumidor final para promover hábitos máis sostibles.
Desperdicio alimentario	GRI 3-3; GRI 306-2	Fóra e dentro da organización	Directa	Planificación na xestión do <i>stock</i> , a adecuada conservación e boas prácticas na manipulación de alimentos, incluíndo a concienciación dos consumidores.	As medidas implantadas para reducir o desperdicio teñen un alto impacto tanto nas súas operacións como promovendo bos hábitos entre os consumidores e na cadea de subministración.
Xestión de persoas					
Emprego estable, de calidade e con salario digno	GRI 3-3; GRI 201-1; GRI 401-1	Fóra e dentro da organización	Directa	Creación de empregos estables, de calidade, con políticas de contratación e de salarios que promovan 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 á súa cadea de valor a través das súas relacións comerciais.
Atracción e retención do talento*	GRI 3-3	Dentro da organización	Directa	Captación de empregados cunha experiencia elevada no seu posto ou con alto potencial e a súa retención como capital humano dentro da empresa.	O rendemento dunha empresa require cada vez máis de perfís especializados en materias como intelixencia de datos ou dixitalización, ou de especialistas en frescos no supermercado, moi

Asunto material	GRI	Onde se produce o impacto	Implicación de EROSKI	Definición do tema material	Impacto ambiental e social
					demandados no mercado laboral. Así mesmo, unha alta rotación de persoal afecta tamén á boa marcha da organización.
Formación e desenvolvemento profesional dos traballadores*	GRI 3-3; GRI 404-1; 404-2; 404-3	Dentro da organización	Directa	Capacitación dos empregados para maximizar o seu rendemento e potencial de mellora, e mecanismos para favorecer a promoción dentro da mesma organización.	As capacidades e coñecementos das persoas traballadoras afectan directamente ao rendemento da organización, e as súas opcións de desenvolvemento dentro ou fóra da empresa á súa motivación e satisfacción persoal.
Diversidade, igualdade e inclusión	GRI 3-3; GRI 405-1; 405-2; 406-1	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 a inclusión na compañía.	Impacto alto en empregabilidade de colectivos menos representados e por dispoñer de produtos especializados para determinadas minorías, fomentando a igualdade e a inclusión.
Conciliación laboral, persoal e familiar*	GRI 3-3; GRI 401-3	Dentro da organización	Directa	Mecanismos para favorecer un equilibrio entre o tempo dedicado ao exercicio do traballo e o tempo de ocio persoal, e a facilitación do coidado de fillos/as e familiares.	A política de conciliación da empresa pode ter unha afectación relevante na satisfacción e motivación dos empregados. Así mesmo, unha mala conciliación continuada pode xerar problemas de saúde a longo prazo, como o estrés.
Seguridade e saúde laboral	GRI 3-3; GRI 403-1; 403-2; 403-3; 403-4; 403-5; 403-6; 403-7; 403-8; 403-9; 403-10	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 á súa saúde ou integridade. Impulso de ambientes laborables 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 dun ambiente de traballo seguro implica un impacto positivo nesta materia.
Accesibilidade para as persoas	GRI 3-3	Dentro e fóra da organización	Directa	Aplicación de medidas para facilitar e non xerar discriminación ás persoas con	En España hai 4,3 millóns de persoas con discapacidade, que deben

Asunto material	GRI	Onde se produce o impacto	Implicación de EROSKI	Definición do tema material	Impacto ambiental e social
con discapacidade*				discapacidade no traballo ou no servizo da actividade da organización, potenciando a súa contratación ou adaptando instalacións e procesos para a súa integración.	facen fronte a barreiras tanto físicas como sociais á hora de exercer os seus dereitos como traballadores e cidadáns. A súa integración enriquece a diversidade da empresa e da sociedade.
Organización do traballo e desconexión*	GRI 3-3; GRI 402-1	Dentro da organización	Directa	Procedemento para a asignación de recursos e responsabilidades, a planificación de métodos e a definición do clima laboral (condicións de traballo, horarios e outros), así como criterios para asegurar un tempo libre de interrupcións fóra do horario laboral aos traballadores.	Os criterios de organización de horarios, formas de traballar, etc. teñen unha afectación relevante na satisfacción e motivación dos empregados. Así mesmo, a non existencia dunha desconexión dixital continuada pode xerar problemas de saúde a longo prazo, como o estrés.

* Asuntos materiais novos detectados respecto aos do pasado exercicio.

Información adicional sobre o cálculo de indicadores

Indicador	Alcance	Metodoloxía de cálculo
Envases e embalaxes GRI 301-3	Grupo EROSKI	Para calcular a cantidade de materiais dos envases de marca propia de alimentación e frescos, desagregamos os envases de <i>brik</i> asignando o 75% do seu peso a papel, o 20% a plástico convencional e o 5% a metal. Ademais, clasificamos a % de <i>brik</i> definido como reciclado dentro do papel/cartón reciclado. O peso do plástico convencional calcúlase a partir de tódolos plásticos convencionais, as fibras sintéticas, o 20% do peso dos <i>briks</i> e o 30% dos cartóns e papeis catalogados como multicapa.
Consumo enerxético dentro da organización GRI 302-1	GRUPO EROSKI	Non se dispón de datos de consumo de electricidade desagregados por uso. Factores de conversión utilizados no cálculo: - Conversión de quilowatt hora a megajoule: 1 kWh = 3,6 MJ. - Consumo de combustible en operacións de transporte. (Fonte: estimacións propias de EROSKI en función da súa frota). - Conversión de litros de gasóleo a xigajoules (Fonte: Factores de emisión. Rexistro de pegada de carbono, compensación e proxectos de absorción de dióxido de carbono. MAPAMA, 2019): - Densidade do diésel: 832,5 kg/m³ - Poder calorífico do diésel: 43 GJ/t.
Intensidade enerxética GRI 302-3 Intensidade das emisións de GEI GRI 305-4	GRUPO EROSKI	Indicadores empregados para calcular o consumo relativo de enerxía e emisións da organización. - Superficie comercial: 1.180.072 m² (a 31 de xaneiro de 2023). - Ventas netas: 4828 millóns de euros.
Extracción de auga por fonte GRI 303-1	GRUPO EROSKI	O consumo para o exercicio 2022 calculouse a partir do gasto en auga potable rexistrado. Para iso, fíxose unha mostraxe de facturas de 43 tendas das 1017 tendas propias existentes e, a partir do gasto medio por metro cúbico, estimouse o total de volume consumido. Non se dispón dun rexistro de todas as fontes das que os distintos municipios que subministran a EROSKI extraen auga.

Indicador	Alcance	Metodoloxía de cálculo
Biodiversidade 304-1	GRUPO EROSKI	Fonte de información: Ministerio para a Transición Ecolóxica. Analizáronse as seguintes figuras de protección: ▪ ENP (Espazos Naturais Protexidos) ▪ IBAS (Áreas Importantes para a Conservación das Aves e a Biodiversidade en España) ▪ Rede Natura 2000 ▪ Reservas da Biosfera ▪ IEZH (Inventario Español de Zonas Húmidas)
Consumo enerxético fóra da organización GRI 302-2 Emisións directas de GEI (alcance 1) GRI 305-1 Emisións indirectas de GEI ao xerar enerxía (alcance 2) GRI 305-2 Outras emisións indirectas de GEI (alcance 3) GRI 305-3	GRUPO EROSKI	Información contida na táboa sobre 'Factores de emisión para o cálculo da pegada de carbono'
Redución de emisións de GEI GRI 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 GRI 306-1; 306-2	GRUPO EROSKI	Os residuos xerados por EROSKI que se presentan neste documento son aqueles tratados por xestores especializados, seleccionados co criterio de que a reciclaxe e a valorización sexan os tratamentos aplicados na maioría dos casos. CAPRABO xestiona en xeral os seus residuos orgánicos a través dos servizos municipais de residuos, salvo nas súas tendas de Navarra, que si dispoñen do servizo de loxística inversa. Os datos correspondentes a esa comunidade autónoma tamén están incluídos nos datos proporcionados nesta memoria.
Alimentos doados a través do programa Desperdicio Cero GRI 413-1; 413-2	GRUPO EROSKI	Aplicouse a conversión de 1,75 € PVP = 1kg de alimentos básicos para o cálculo de toneladas de Desperdicio Cero, segundo criterio indicado por FESBAL. En exercicios anteriores utilizouse a conversión 1,06 € = 1kg. Utilizouse unha conversión de 1 kg = 4 comidas, acordado con FESBAL (o ano pasado utilizouse a conversión 1kg = 3 comidas).
Artigos de consumo doados GRI 413-1; 413-2	GRUPO EROSKI	Estímase un valor de 300 euros por cada caixa loxística doada á Federación Niños del Mundo.
Lectores revista Consumer EROSKI	Tiraxe completa da revista	Estimouse unha media de 2,5 lectores por revista, cunha tiraxe mensual de 124.096 exemplares.

Factores de emisión para o cálculo da pegada de carbono

Grupo de interese	Factor de emisión 2022	Procedencia información
Alcance 1		
Gas natural	0,182 kg CO ₂ eq. / kWh PCS	Factores de emisión. Rexistro de pegada de carbono, compensación e proxectos de absorción de dióxido de carbono. MITECO, xullo 2022
Refrixerantes		Factores de emisión. Rexistro de pegada de carbono, compensación e proxectos de absorción de dióxido de carbono. MITECO, xullo 2022
Alcance 2		
Consumo eléctrico	Mix nacional: 0,259 kg CO ₂ eq. / kWh. Mix comercializadoras: 0,232 kg CO ₂ eq.	Factores de emisión. Rexistro de pegada de carbono, compensación e proxectos de absorción de dióxido de carbono. MITECO, xullo 2022
Alcance 3		
Transporte loxístico estrada		
Gasóleo compra en orixe	2,517 kg CO ₂ eq. / litro	Factores de emisión. Rexistro de pegada de carbono, compensación e proxectos de absorción de dióxido de carbono. MITECO, xullo 2022
Gasóleo distribución a tenda	2,517 kg CO ₂ eq. / litro	Factores de emisión. Rexistro de pegada de carbono, compensación e proxectos de absorción de dióxido de carbono. MITECO, xullo 2022
Gas natural comprimido	2,798 kg CO ₂ eq. / CNG	Factores de emisión. Rexistro de pegada de carbono, compensación e proxectos de absorción de dióxido de carbono. MITECO, xullo 2022
Diésel transporte loxístico (do pozo ao tanque)	0,485 kg CO ₂ eq. / litro	Ecoinvent v.3.8: Diesel {Europe without Switzerland} market for Cut-off, S
Viaxes por estrada (emisións combustión)		
Coche	2,52 kg CO ₂ / km	Factores de emisión. Rexistro de pegada de carbono, compensación e proxectos de absorción de dióxido de carbono. MITECO, xullo 2022
Furgoneta	2,506 kg CO ₂ / km	Factores de emisión. Rexistro de pegada de carbono, compensación e proxectos de absorción de dióxido de carbono. MITECO, xullo 2022

Grupo de interese	Factor de emisión 2022	Procedencia información
Diésel viaxes traballo (do pozo ao tanque)		
Coche	0,485 kg CO ₂ / litro	Ecoinvent v.3.8: Diesel {Europe without Switzerland} market for Cut-off, S
Furgoneta	0,485 kg CO ₂ / litro	Ecoinvent v.3.8: Diesel {Europe without Switzerland} market for Cut-off, S
Queroseno	0,489 kg CO ₂ / litro	Ecoinvent v.3.8: Kerosene {Europe without Switzerland} market for Cut-off, S
Viaxes traballo avión	0,098 kg CO ₂ / km	Ecoinvent v.3.8: Transport, passenger, aircraft {RER} Intracontinental Cut-off, U
Viaxes traballo tren	0,022 kg CO ₂ / km	Ecoinvent v.3.8: Transport, passenger train {FR} processing Cut-off, U
Auga	0,256 kgCO ₂ / m ³ auga	Ecoinvent v.3.8: Tap water {Europe without Switzerland} tap water production, conventional treatment Cut-off, U.
Papel consumido en sede EROSKI, folletos, tickets e revistas		
Folletos EROSKI (PEFC 70%)		
Papel estucado lixeiro	1,037 kg CO ₂ / kg	Ecoinvent v.3.8: Paper, woodfree, coated {RER} market for Cut-off, S
Papel satinado	1,037 kg CO ₂ / kg	Ecoinvent v.3.8: Paper, woodfree, coated {RER} market for Cut-off, S
Papel LWC reciclado	1,379 kg CO ₂ / kg	Ecoinvent v.3.8: Paper, woodcontaining, lightweight coated {RER} market for Cut-off, S
Papel estucado volume	1,037 kg CO ₂ / kg	Ecoinvent v.3.8: Paper, woodfree, coated {RER} market for Cut-off, S
Papel pasta química	1,777 kg CO ₂ / kg	Ecoinvent v.3.8: Chemi-thermomechanical pulp {GLO} market for Cut-off, S
Papel prensa	1,168 kg CO ₂ / kg	Ecoinvent v.3.8: market for paper, newsprint paper, newsprint Cutoff, U (RER)
Só impresión	0,692 kg CO ₂ / kg	Ecoinvent v.3.8 (modificado): Printed paper, offset {RoW} offset printing, per kg printed paper Cut-off, S
Revistas Consumer e EROSKI Club (PEFC)	2,879 kg CO ₂ / kg	Ecoinvent v.3.8: Printed paper, offset {RoW} offset printing, per kg printed paper Cut-off, S
Revistas Consumer e EROSKI Club (PEFC)	2,879 kg CO ₂ / kg	Ecoinvent v.3.8: Printed paper, offset {RoW} offset printing, per kg printed paper Cut-off, S
Tickets caixa	1,777 kg CO ₂ / kg	Ecoinvent v.3.8: Chemi-thermomechanical pulp {GLO} market for Cut-off, S

Reexpresión de información de reportes anteriores

GRI 2-4

En exercicios anteriores só se reportaba o aforro transferido a través dos nosos clubs de fidelización. Incorporamos tamén datos de aforro doutros descontos e actualizamos a información de exercicios anteriores no capítulo 2.

Cambiouse o criterio de reporte para o número de analíticas do programa 'Control de listeria en superficies', pasando de comunicar o número de tendas analizadas ao número de mostras analizadas. O dato actualizado está no capítulo 4.

Modificouse o criterio de comparación das remuneracións do Consello de Dirección co IBEX 35, xa que se considera que os altos directivos destas empresas aseméllanse en maior medida ao noso Consello de Dirección que os membros dos seus Consello de Administración. Os datos actualizados para exercicios anteriores preséntanse no capítulo 3.

Había un erro na táboa do Anexo do informe de 2021 en canto á intensidade de emisións de gases de efecto invernadoiro en 2019 e 2017, xa que se clasificaron como alcance 1 en vez de alcance 3 os datos de transporte. Nas táboas comparativas deste informe preséntase correctamente. Ademais, actualizáronse os factores de emisións de 2021 aos reportados para ese ano polo MITECO, que non os publicou ata xullo de 2022.

O dato reportado de ovos de galiñas libres de gaiola, 57%, correspondía á porcentaxe en vendas. En unidades, o dato foi de 44%.

Contabilizáronse referencias ecolóxicas que se utilizan unicamente para a xestión das compras, e non para a venda ao público, sendo o dato correcto de 2021 1579 produtos ecolóxicos na nosa gama.

Actualizouse a metodoloxía de cálculo para as compras de atún en conserva procedentes de artes de pesca sostíbeis, sendo o dato novo para 2021 do 75%.

Reclasificáronse as agrupacións de embalaxes de tenda, actualizando o dato de 2020 e 2021 para unha maior comparabilidade.

Actualizouse a metodoloxía de cálculo para as toneladas de plástico convencional evitadas, tal como se indica no capítulo 5.

En exercicios anteriores non se incluían as compras de entidades sociais para garantir as necesidades de alimentación das persoas en situación de vulnerabilidade dentro do importe total de acción social. Este ano está incluído e indicamos a porcentaxe que corresponde a EROSKI e Fundación EROSKI, aos clientes e ás entidades sociais. Os datos actualizados para exercicios anteriores preséntanse no capítulo 7.

Reclasificáronse os parámetros económicos da actividade da taxonomía 5.9 Valorización de materiais de residuos non perigosos á 5.5 Recollida e transporte de residuos non perigosos en fraccións segregadas en orixe, xa que se entende que é máis correcto considerando as accións de EROSKI nese ámbito.

Correspondencia con principais marcos de reporting

Principios do Pacto Mundial e ODS

A táboa seguinte mostra os indicadores GRI do presente informe que ofrecen a 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 relevante
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	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 2-29 Relacións traballador-empresa: 402-1 Liberdade de asociación e convenios colectivos: 407-1
4. As empresas deben apoiar a eliminación de toda forma de	1, 3, 5, 8, 9, 10, 16, 17	Traballo forzoso ou obrigatorio: 409-1

Principios do Pacto Mundial	ODS	Estándar GRI máis relevante
traballo forzoso ou realizado baixo coacción		
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: 2-7 Presenza 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: 2-27 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 a extorsión e o suborno	3, 10, 16, 17	Valores, principios, estándares e normas de conduta: 2-23 Anticorrupción: 205-1, 205-2, 205-3 Política pública: 415-1

Táboa de contidos relativos ás recomendacións de TFCD

Os contidos desde EINF están aliñados coas recomendacións da Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TFCD) do Consello de Estabilidade Financeira. Durante 2022 seguiuuse a traballar na análise sobre os riscos asociados ao cambio climático, cumprindo coas recomendacións do mencionado organismo. Pode consultarse neste índice a localización dos apartados do estado

de información non financeira que dan resposta ás recomendacións de declaracións suxeridas pola iniciativa TFCF:

Contidos	Localización no informe
Gobernanza	
Descrición da supervisión do Comité de Dirección sobre os riscos e as oportunidades climáticas.	Goberno corporativo (páx. 18-28) Xestión de riscos (páx. 32-37)
Descrición do rol da alta dirección con respecto á avaliación e a xestión dos riscos e as oportunidades climáticas.	Goberno corporativo (páx. 18-28) Xestión de riscos (páx. 32-37)
Estratexia	
Descrición dos riscos e as oportunidades relacionadas co clima que a organización identifica no curto, medio e longo prazo.	Riscos e oportunidades do cambio climático (páx. 134-142)
Descrición do impacto económico dos riscos e as oportunidades relacionados co clima no negocio, a estratexia e a planificación financeira da organización.	Riscos e oportunidades do cambio climático (páx. 134-142)
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 do cambio climático (páx. 134-142). Accións para impulsar a sustentabilidade ambiental (páx. 146-178)
Xestión de riscos	
Descrición dos procesos da organización para identificar e avaliar os riscos relacionados co clima.	Xestión de riscos (páx. 34-36; páx. 134-142). Riscos e oportunidades do cambio climático (páx. 134-142)
Descrición dos procesos da organización para xestionar os riscos relacionados co clima.	Xestión de riscos (páx. 34-35; páx. 134-142). Riscos e oportunidades do cambio climático (páx. 134-142)
Descrición de como os procesos para identificar, avaliar e xestionar os riscos climáticos están integrados na xestión de riscos global da organización.	Esta integración iniciouse en 2022 e culminará en 2023.
Métricas e obxectivos	
Descrición de como os procesos para identificar, avaliar e xestionar os riscos climáticos están integrados na xestión de riscos global da organización.	Accións para impulsar a sustentabilidade ambiental (páx. 146-178). Índice de contidos GRI (páx. 228-235). Táboas comparativas con exercicios anteriores (páx. 144-145; 153-155; 157-158; 162-166; 171-175)
Pegada de carbono corporativa. Informe sobre o alcance 1, o alcance 2 e, se é adecuado, o alcance 3 de emisións de GEI e os seus riscos asociados.	Emisións de gases de efecto invernadoiro (GEI): a nosa pegada de carbono (páx. 142-145).
Informe sobre o alcance 1, o alcance 2 e, se é adecuado, o alcance 3 de emisións de GEI e os seus riscos asociados.	Política ambiental (páx. 131). A loita contra o cambio climático (páx. 132-133). Táboa Principios do Pacto Mundial e ODS (páx. 226-227).

Índice de contidos GRI

GRI 1: Fundamentos

Declaración de uso	EROSKI presentou a información citada neste índice de contidos GRI para o período comprendido entre o 1 de febreiro de 2022 e o 31 de xaneiro de 2023 utilizando como referencia os Estándares GRI. [GRI 2-3]
GRI 1 usado	GRI 1: Fundamentos 2021

Estándar GRI	Contido	Resposta/comentario	Páxina
Contidos xerais			
GRI 2: Contidos xerais 2021	A organización e as súas prácticas de presentación de informes		
	2-1 Detalles da organización	Barrio San Agustín, s/n. 48230. Elorrio, Vizcaya	10-12, 42-44; 242-244
	2-2 Entidades incluídas na presentación de informes de sustentabilidade		11-12; 206-208
	2-3 Período obxecto do informe, frecuencia e punto de contacto	Exercicio 2022: 1 de febreiro 2022 a 31 de xaneiro 2023. Data de publicación: 3 de maio de 2023. Contacto para consultas: sostenibilidad@eroski.es	206, 228
	2-4 Actualización da información		224-225
	2-5 Verificación externa		245-246
	Actividades e traballadores		
	2-6 Actividades, cadea de valor e outras relacións empresariais.		40-44, 54-55, 58-59, 179-184
	2-7 Empregados		76-81, 91-93, 95-96
	2-8 Traballadores que non son empregados	Non se dispón de información para os traballadores externos á organización.	76
	Gobernanza		
	2-9 Estrutura de gobernanza e composición		18-28, 92-93
	2-10 Designación e selección do máximo órgano de goberno		18-19; 25
	2-11 Presidente do máximo órgano de goberno		2-21
	2-12 Función do máximo órgano de goberno na supervisión da xestión dos impactos		19, 21-22, 34
	2-13 Delegación da responsabilidade de xestión dos impactos		18-19, 22
	2-14 Función do máximo órgano de goberno na presentación de informes de sustentabilidade		208
	2-15 Conflictos de interese		19
	2-16 Comunicación de inquietudes críticas	O número e a natureza de inquietudes críticas trasladadas ao Consello Reitor teñen carácter confidencial.	20, 23

	2-17 Coñecementos colectivos do máximo órgano de goberno	23
	2-18 Avaliación do desempeño do máximo órgano de goberno	24
	2-19 Políticas de remuneración	84-87
	2-20 Proceso para determinar a remuneración	19, 84
	2-21 Relación de compensación total anual	85-86
	Estratexia, políticas e prácticas	
	2-22 Declaración sobre a estratexia de desenvolvemento sostible	4-6, 7-9
	2-23 Compromisos e políticas	12-18; 28-37, 54-55, 59-60, 131-133
	2-24 Incorporación dos compromisos e políticas	13-18, 28-29, 32-37
	2-25 Procesos para remediar os impactos negativos	23, 29-30, 32-39, 209-211
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramento e propoñer inquietudes	38-39, 51-53
	2-27 Cumprimento da lexislación e as normativas	Non houbo multas nin sancións non monetarias significativas polo incumprimento das leis ou normativas en materia social ou económica en 2022. Considérase unha multa significativa aquela cualificada como 'moi grave' pola Administración que xere a sanción.
	2-28 Afiliación a asociacións	28-30, 32-36, 53-54, 117; 119-120, - 133
		69-71
	Participación dos grupos de interese	
	2-29 Enfoque para a participación dos grupos de interese	209-211
	2-30 Convenios de negociación colectiva	75
GRI 3: Temas materiais 2021	3-1 Proceso de determinación dos temas materiais	211-213
	3-2 Listaxe de temas materiais	213-219
	3-3 Xestión de temas materiais	213-219
GRI 200 Series de estándares económicos		
Desempeño económico		
GRI 3 Temas materiais 2021	3-3 Xestión dos temas materiais	54-57, 197-198
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo xerado e distribuído	54-55, 56-58, 197-198
	201-2 Implicacións financeiras e outros riscos e oportunidades derivados do cambio climático	133-142

	201-4 Asistencia financeira recibida do goberno	57
Presenza no mercado		
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Xestión dos temas materiais	84-86
GRI 202 Presenza no mercado 2016	202-1 Relación do salario de categoría inicial estándar por sexo fronte ao salario mínimo local	Non se dispón de información para os traballadores externos á organización. 84-86
Impactos económicos indirectos		
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Xestión dos temas materiais	59, 179-181
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	203-2 Impactos económicos indirectos significativos	54-61, 179-181, 187-189
Prácticas de adquisición		
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Xestión dos temas materiais	179-181
GRI 204: Prácticas de adquisición 2016. Tema material	204-1 Proporción de gasto en provedores locais	58, 179-181
Anticorrupción		
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1 Operacións avaliadas para riscos relacionados coa corrupción	29-32
	205-2 Comunicación e formación sobre políticas e procedementos anticorrupción	29-32
	205-3 Casos de corrupción confirmados e medidas tomadas	30
GRI 300: Series de estándares ambientais		
Materiais		
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Xestión dos temas materiais	131, 152-158
GRI 301: materiais 2016	301-1 Materiais utilizados por peso ou volume	152-158, 172-173
	301-2 Insumos reciclados	152-158
	301-3 Produtos reutilizados e materiais de envasado	171, 173-175
Enerxía		
GRI 302: Enerxía 2016	302-1 Consumo enerxético dentro da organización	162-163

	302-2 Consumo enerxético fóra da organización	164
	302-3 Intensidade enerxética	163
	302-4 Redución do consumo enerxético	159-162
Auga e efluentes		
GRI 303: Auga e efluentes 2018	303-1 Interacción coa auga como recurso compartido	165-166
	303-2 Xestión dos impactos relacionados coas verteduras de auga	165-167
	303-3 Extracción de auga	166
	303-4 Vertedura de auga	167
	303-5 Consumo de auga	167
Biodiversidade		
GRI 304: Biodiversidade de 2016	304-1 Centros de operacións en propiedade, arrendados ou xestionados situados dentro de ou xunto a áreas protexidas ou zonas de gran valor para a biodiversidade fóra de áreas protexidas	167-168
	304-2 Impactos significativos das actividades, os produtos e os servizos na biodiversidade	167-168
Emisións		
GRI 305: Emisións 2016. Tema material	305-1 Emisións directas de GEI (alcance 1)	143-145
	305-2 Emisións indirectas de GEI ao xerar enerxía (alcance 2)	143-145
	305-3 Outras emisións indirectas de GEI (alcance 3)	143-145
	305-4 GHG Intensidade das emisións de GEI	145
	305-5 Redución das emisións de GEI	143-145
Residuos		
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Xestión dos temas materiais	152-158, 168-175
GRI 306: Residuos 2020. Tema material	306-2 Xestión dos impactos significativos relacionados cos residuos	152-158, 168-175
	306-3 Residuos xerados	174-175
	306-4 Residuos non destinados a eliminación	174-175
	306-5 Residuos destinados a eliminación	174-175

Cumprimento ambiental

GRI 307: Cumprim. ambiental 2016	307-1 Incumprimento da lexislación e normativa ambiental	133
---	--	-----

Avaliación ambiental de provedores

GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Xestión dos temas materiais	146-152, 179-184
GRI 308: Avaliación ambiental de provedores 2016. Tema material	308-1 Novos provedores que pasaron filtros de avaliación e selección de acordo cos criterios ambientais	61

GRI 400: Series de estándares sociais

Emprego

GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Xestión dos temas materiais	74-75, 84-86, 93-95
GRI 401: Emprego 2016. Tema material	401-1 Novas contratacións de empregados e rotación de persoal	81-84
	401-2 Prestacións para os empregados a tempo completo que non se dan aos empregados a tempo parcial ou temporais	86
	401-3 Permiso parental	94

Relacións traballador-empresa

GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Xestión dos temas materiais	74-75
GRI 402: Relacións traballador- empresa 2016	402-1 Prazos de aviso mínimos sobre cambios operacionais	75

Saúde e seguridade no traballo

GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Xestión dos temas materiais	96-102
GRI 403: Saúde e seguridade no traballo 2018. Tema material	403-1 Sistema de xestión da saúde e a seguridade no traballo	96-97
	403-2 Identificación de perigos, avaliación de riscos e investigación de incidentes	96-97
	403-3 Servizos de saúde no traballo	101

	403-4 Participación dos traballadores, consultas e comunicación sobre saúde e seguridade no traballo	97-98
	403-5 Formación de traballadores sobre saúde e seguridade no traballo	101
	403-6 Promoción da a saúde dos traballadores	101
	403-7 Prevención e mitigación dos impactos na saúde e a seguridade dos traballadores directamente vinculados coas relacións comerciais	98
	403-8 Cobertura do sistema de xestión da saúde e a seguridade no traballo	Non se realizan auditorías internas desde EROSKI á plataforma de Coordinación de Actividades Empresariais, Coordinaware. 96-98
	403-9 Lesións por accidente laboral	Non se dispón de datos de accidentes de traballadores externos. 99-100
	403-10 Doenzas e enfermidades laborais	Non se dispón de datos de enfermidades profesionais de traballadores externos. 102
Formación e ensinanza		
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Xestión dos temas materiais	103-106, 108-109
GRI 404: Formación e ensinanza 2016. Tema material	404-1 Media de horas de formación ao ano por empregado	104
	404-2 Programas para mellorar as aptitudes dos empregados e programas de axuda á transición	42, 104-106
	404-3 Porcentaxe de empregados que reciben avaliacións periódicas do desempeño e desenvolvemento profesional	106-107
Diversidade e igualdade de oportunidades		
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Xestión dos temas materiais	89-91, 108-110
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidade es 2016. Tema material	405-1 Diversidade en órganos de goberno e empregados	81, 91-93
	405-2 Relación do salario base e a remuneración de mulleres fronte a homes	87-88
Non discriminación		
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Xestión dos temas materiais	89-91
GRI 406: Non discriminación 2016.	406-1 Casos de discriminación e accións correctivas emprendidas	59-61

Tema material		
Liberdade de asociación e negociación colectiva		
GRI 407: Liberdade de asociación e negociación colectiva 2016	407-1 Operacións e provedores cuxo dereito á liberdade de asociación e negociación colectiva podería estar en risco	59-61
Traballo infantil		
GRI 408: Traballo infantil 2016	408-1 Operacións e provedores con risco significativo de casos de traballo infantil	59-61
Traballo forzoso ou obrigatorio		
GRI 409: Traballo forzoso ou obrigatorio 2016	409-1 Operacións e provedores con risco significativo de casos de traballo forzoso ou obrigatorio	59-61
Dereitos dos pobos indíxenas		
GRI 411: Dereitos dos pobos indíxenas 2016.	411-1 Casos de violacións dos dereitos dos pobos indíxenas	59-61
Avaliación dos dereitos humanos		
GRI 412: Avaliación dos dereitos humanos 2016	412-1 Operacións sometidas a revisións ou avaliacións de impacto sobre os dereitos humanos	59-61
	412-3 Acordos e contratos de investimento significativos con cláusulas sobre dereitos humanos ou sometidos a avaliación de dereitos humanos	59-61
Comunidades locais		
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Xestión dos temas materiais	55, 59-60, 125-129, 177-178, 185-186, 187-196
GRI 413: Comunidades locais 2016. Tema material	413-1 Operacións con participación da comunidade local, avaliacións do impacto e programas de desenvolvemento	55, 59-60, 125-129, 177-178, 185-186, 187-196
	413-2 Operacións con impactos negativos significativos —reais ou potenciais— nas comunidades locais	125-126, 166-168, 174-175
Avaliación social dos provedores		

GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Xestión dos temas materiais	32, 59-60
GRI 414: Avaliación social dos provedores 2016. Tema material	414-1 Novos provedores que pasaron filtros de selección de acordo cos criterios sociais	61
	414-2 Impactos sociais negativos na cadea de subministración e medidas tomadas	60-61
Política pública		
GRI 415: Política pública 2016.	415-1 Contribución aos partidos e/ou representantes políticos	Non se rexistrou ningunha contribución económica a un partido político en 2022.
Saúde e seguridade dos clientes 2016.		
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Xestión dos temas materiais	112-129
GRI 416: Saúde e seguridade dos clientes 2016. Tema material	416-1 Avaliación dos impactos na saúde e seguridade das categorías de produtos ou servizos	114-117
	416-2 Casos de incumprimento relativos aos impactos na saúde e na seguridade das categorías de produtos e servizos	115-117
Marketing e etiquetado		
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Xestión dos temas materiais	119-121, 176
GRI 417: Marketing e etiquetado 2016. Tema material.	417-1 Requirimentos para a información e o etiquetado de produtos e servizos	119-120
	417-2 Casos de incumprimentos relacionados coa información e o etiquetado de produtos e servizos	120
	417-3 Casos de incumprimentos relacionados con comunicacións de marketing	120
Privacidade do cliente		
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Xestión dos temas materiais	53-54
GRI 418: Privacidade do cliente	418-1 Reclamacións fundamentadas relativas a violacións da privacidade do cliente e de perda de datos do cliente	53-54

Correspondencia cos requirimentos da Lei 11/2018

Información a reportar	Comentarios	Páxinas	GRI
Información xeral			
Descrición do modelo de negocio do grupo (incluíra 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).		4-6, 7-9, 10-37, 40-44, 54-55, 58-60, 69-71, 92-93, 96, 131-133, 179-184, 206-208, 242-244	2-1; 2-2; 2-6; 2-9; 2-22; 2-23; 2-24; 2-28
I. Información medioambiental			
Políticas de aplicación		131	3-3
Principais riscos		19, 21-22, 34, 133-142	2-12; 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).		19, 21-22, 28-29, 32-36, 53-54, 114-117, 119-121, 133, 167-168	2-12; 2-27; 304-2; 3-3
Contaminación			
Medidas para previr, reducir ou reparar as emisións de carbono que afectan gravemente ao medio ambiente, tendo en conta calquera forma de contaminación atmosférica específica dunha actividade, incluído o ruído e a contaminación lumínica.		64-65, 142-147, 158-162, 164	302-4; 305-5
Economía circular e prevención e xestión de residuos			
Medidas de prevención, reciclaxe, reutilización, outras formas de recuperación e eliminación de refugallo.		152-158, 168-175	301-1; 301-2; 301-3; 306-2; 306-3; 306-4
Accións para combater o desperdicio de alimentos		64, 68, 168-170, 192-193	3-3; 306-2
Uso sostible dos recursos			
Consumo de auga e a subministración de auga de acordo coas limitacións locais.		165-167	303-3; 303-4; 303-5; 304-1
Consumo de materias primas e as medidas adoptadas para mellorar a eficiencia do seu uso.		152-158, 172-175	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.		159-164	302-1; 302-2; 302-3; 302-4

Información a reportar	Comentarios	Páxinas	GRI
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.		142-145, 162-164, 165-166, 172	305-1; 305-2; 305-3
Medidas adoptadas para adaptarse ás consecuencias do cambio climático.		132-133, 141-145	305-5
Metas de redución establecidas voluntariamente a medio e longo prazo para reducir as emisións de gases de efecto invernadoiro e os medios implantados para tal fin.		64-66, 132-133, 141-145, 158-174	305-5
Protección da biodiversidade			
Medidas tomadas para preservar ou restaurar a biodiversidade.		167-168	304-1
Impactos causados polas actividades ou operacións en áreas protexidas.		167-168	304-2
II. Información social e relativa ao persoal			
Políticas de aplicación		74-75, 84-86, 89-91, 93-95, 96-97	3-3
Principais riscos		19, 21-22, 34, 59-60, 96-97	2-12; 403-2; 414-2
Emprego			
Número total e distribución de empregados por sexo, idade, país e clasificación profesional.		76-77, 91-92	2-7; 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.		76-81	2-7; 405-1
Número de despidos por sexo, idade e clasificación profesional.		82-84	401-1
Remuneracións medias e a súa evolución desagregados por sexo, idade e clasificación profesional.		19, 84-88	2-20; 202-1; 405-2
Fenda salarial, a remuneración de postos de traballo iguais ou de media da sociedade.		19, 87-88	2-20; 202-1; 405-2
Remuneración media dos conselleiros e directivos, desagregada por sexo.		19, 84-88	2-20; 202-1; 405-2

Información a reportar	Comentarios	Páxinas	GRI
Implantación de políticas de desconexión laboral.		96	
Empregados con discapacidade.		81	405-1
Organización do traballo			
Organización do tempo de traballo.		93-96	401-3
Número de horas de absentismo.		102	
Medidas destinadas a facilitar o goce da conciliación e fomentar o exercicio corresponsable destes por parte de ambos os dous proxenitores.		93-95	401-3
Saúde e seguridade			
Condições de saúde e seguridade no traballo.		96-99, 101-102	403-1; 403-3; 403-4; 403-8
Accidentes de traballo, en particular a súa frecuencia e gravidade, así como as enfermidades profesionais. Desagregado por sexo.		99-102	403-9; 403-10
Relacións sociais			
Organización do diálogo social (incluídos procedementos para informar e consultar ao persoal e negociar con eles).		75, 95-96	402-1; 403-1
Porcentaxe de empregados cubertos por convenio colectivo por país.		75	2-30
Balance dos convenios colectivos, particularmente no campo da saúde e seguridade no traballo.		75, 96-98	2-30; 403-1; 403-4
Formación			
Políticas implantadas no campo da formación.		42, 103-107	404-2
Cantidade total de horas de formación por categorías profesionais.		104	404-1
Accesibilidade			
Accesibilidade universal das persoas con discapacidade.		78, 89-91, 108-111	405-1
Igualdade			
Medidas adoptadas para promover a igualdade de trato e de oportunidades entre mulleres e homes.		59-60, 81-84, 87-88, 89-93	401-1; 405-1; 405-2; 406-1
Plans de igualdade, 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.		59-60, 78, 81-84, 89-93, 108-111	401-1; 405-1; 406-1
Política contra todo tipo de discriminación e, no seu caso, de xestión da diversidade		59-60, 78, 81-84, 89-93, 108-111	401-1; 405-1; 406-1

Información a reportar	Comentarios	Páxinas	GRI
III. Información sobre o respecto dos dereitos humanos			
Políticas de aplicación		13-14, 28-30, 59-60	3-3
Principais riscos		10-39, 59-60	2-12; 2-25; 412-1
Aplicación de procedementos de dilixencia debida en materia de dereitos humanos.		14, 59-61	2-23; 412-1
Prevención dos riscos de vulneración de dereitos humanos e, no seu caso, medidas para mitigar, xestionar e reparar posibles abusos cometidos.		59-61	412-1
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.		59-60	406-1; 407-1; 408-1; 409-1
IV. Información relativa á loita contra a corrupción			
Políticas de aplicación		29-30	3-3
Principais riscos		19, 21-22, 32-37	2-12
Medidas adoptadas para previr a corrupción e o suborno.		29-32	2-23; 205-1; 205-2
Medidas para loitar contra o branqueo de capitais.		29-32	205-2
Achegas a fundacións e entidades sen ánimo de lucro.		177-178, 185-186, 187-196	203-2
V. Información sobre a sociedade			
Políticas de aplicación		179-184, 187-189	3-3
Principais riscos		19, 21-22, 32-37	2-12; 2-25
Compromisos da empresa co desenvolvemento sostible			
Impacto da actividade da sociedade no emprego e o desenvolvemento local.		54-58, 76-77	203-2; 204-1
Impacto da actividade da sociedade nas poboacións locais e no territorio.		54-55, 56-61 179-181, 187-189	203-2; 204-1

Información a reportar	Comentarios	Páxinas	GRI
Relacións mantidas cos actores das comunidades locais e as modalidades do diálogo con estes.		55, 59-60, 125-129, 177-178, 185-186, 187-196, 210-211	413-1; 413-2
Accións de asociación ou patrocinio.		56-57, 69-71, 177-178, 185-186, 187-196	2-28; 203-2
Subcontratación e provedores			
Inclusión na política de compras de cuestións sociais, de igualdade de xénero e ambientais.		29, 59-61, 146-152, 179-184	3-3; 2-23; 308-1; 414-1
Consideración nas relacións con provedores e subcontratistas da súa responsabilidade social e ambiental.		58-61, 146-152	308-1; 414-1; 414-2
Sistemas de supervisión e auditorías e resultados das mesmas.		112-117	416-1
Consumidores			
Medidas para a saúde e a seguridade dos consumidores.		112-129	416-1
Sistemas de reclamación, queixas recibidas e resolución das mesmas.		38, 52, 54, 117, 119-120	417-2; 417-3; 418-1
Información fiscal			
Beneficios obtidos país por país.		198	201-1
Impostos sobre beneficios pagados.		198	201-1
Subvencións públicas recibidas.		57	201-4

9 Anexos

Táboas indicadoras. Comparacións con anos anteriores

Táboa 1. Distribución dos establecementos físicos por comunidade autónoma e negocio (2021)

	Establecimientos propios								Establecimientos franquiciados					Total
	Negocios alimentación			Negocios diversificados				Total propios	Negocios alimentación		Negocios diversificados		Total franquiciados	
	Hipermercados	Supermercados	Cash&Carry	Gasolineiras	Ópticas	Axencias de viaxes	Ocio e deporte		Hipermercados	Supermercados	Axencias de viaxes	Ocio e deporte		
Andalucía	2	0	0	1	1	0	0	4	0	51	1	0	52	56
Andorra	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	4	4
Aragón	0	36	0	1	0	3	2	42	0	26	0	0	26	68
Asturias	1	11	1	2	0	4	7	26	0	2	0	0	2	28
Cantabria	1	8	0	1	0	5	5	20	0	9	4	0	12	32
Castela-A Mancha	1	21	0	1	0	7	11	41	0	13	1	1	15	56
Castela e León	0	0	0	0	0	2	0	2	0	7	0	0	7	9
Cataluña	0	210	0	2	0	1	1	214	0	88	1	0	89	303
Ceuta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Comunidade Valenciana	0	0	0	0	0	0	2	2	0	8	0	0	8	10
Extremadura	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	2
Galicia	6	144	17	3	0	4	2	176	0	121	4	0	125	301
Xibraltar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	4	4
Illas Baleares	0	107	0	3	0	0	0	110	0	71	0	0	71	181
Illas Canarias	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A Ríoxa	1	10	0	1	0	5	3	20	0	8	0	0	8	28
Madrid	0	0	0	0	0	2	1	3	0	20	1	0	20	23
Melilla	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Murcia	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1
Navarra	2	53	0	4	1	13	6	79	0	36	4	0	40	119
País Vasco	22	159	0	19	9	59	26	294	0	108	10	0	118	412
Total	36	759	18	38	11	106	67	1.035	0	577	24	1	602	1.637

Táboa 2. Distribución dos establecementos físicos por comunidade autónoma e negocio (2020)

	Establecimientos propios								Establecimientos franquiciados					Total
	Negocios alimentación			Negocios diversificados				Total propios	Negocios alimentación		Negocios diversificados		Total franquiciados	
	Hipermercados	Supermercados	Cash&Carry	Gasolineiras	Ópticas	Axencias de viaxes	Ocio e deporte		Hipermercados	Supermercados	Axencias de viaxes	Ocio e deporte		
Andalucía	3	0	0	1	1	0	0	5	0	51	1	0	52	57
Andorra	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	4	4
Aragón	0	36	0	1	0	4	2	43	0	25	0	0	25	68
Asturias	1	11	1	2	0	5	7	27	0	1	0	0	1	28
Cantabria	1	8	0	1	0	5	5	20	0	9	3	0	12	32
Castela-A Mancha	1	20	0	1	0	8	12	42	0	11	1	1	13	55
Castela e León	1	0	0	1	0	2	0	4	0	3	0	0	3	7
Cataluña	0	213	0	2	0	1	1	217	0	75	1	0	76	293
Ceuta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Comunidade Valenciana	1	0	0	1	0	1	2	5	0	7	0	0	7	12
Extremadura	0	0	0	0	0	1	0	1	0	2	0	0	2	3
Galicia	5	147	17	3	0	4	2	178	0	116	4	0	120	298
Xibraltar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	3	3
Illas Baleares	0	107	0	3	0	0	0	110	0	72	0	0	72	182
Illas Canarias	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A Ríoxa	1	10	0	1	0	6	3	21	0	7	0	0	7	28
Madrid	0	0	0	0	0	3	1	4	0	18	0	0	18	22
Melilla	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Murcia	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1
Navarra	2	53	0	4	1	13	6	80	0	33	4	0	37	117
País Vasco	22	159	0	19	9	59	26	300	0	95	11	0	106	406
Total	37	761	18	40	11	123	68	1.058	0	577	24	1	602	1.637

Táboa 3. Remuneración media (euros) e fenda salarial por sexo e categoría profesional (2020)

	2020					
	EROSKI, S. Coop.			Resto de sociedades		
	Muller	Home	Fenda salarial	Muller	Home	Fenda salarial
Directivo/a	73.739	79.817	7,6%	66.329	85.856	22,7%
Xestor/a	44.526	47.117	5,5%	54.930	57.595	4,6%
Mando	32.029	31.971	-0,2%	28.984	33.289	12,9%
Profesional	17.191	18.924	9,2%	16.375	17.229	5,0%
Responsable	23.401	23.689	1,2%	19.833	22.401	11,5%
Técnico/a	31.109	31.854	2,3%	28.780	31.584	8,9%

Táboa 4. Remuneración media (euros) e fenda salarial por sexo e intervalo de idade (2020)

	2020					
	EROSKI, S. Coop.			Resto de sociedades		
	Muller	Home	Fenda salarial	Muller	Home	Fenda salarial
< 30	17.543	17.396	-0,8%	15.168	15.744	3,7%
30-50	19.527	25.236	22,6%	17.324	20.587	15,8%
< 50	19.601	28.070	30,2%	17.694	25.697	31,1%

Táboa 5. Persoas traballadoras por sexo, categoría profesional e intervalo de idade (2021)

	2021											
	Directivo/a		Xestor/a		Mando		Profesional		Responsable		Técnico/a	
	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H
< 30	0	0	0	0	22	12	2.569	1.380	42	22	41	18
30 - 50	10	12	67	67	646	258	1.0462	2.263	1.478	281	379	261
< 50	8	26	57	108	284	263	4.853	1.083	795	181	192	213
Total	18	38	124	175	952	533	17.884	4.726	2.315	484	612	492

Táboa 6. Persoas traballadoras por sexo, categoría profesional e intervalo de idade (2020)

	2020											
	Directivo/a		Xestor/a		Mando		Profesional		Responsable		Técnico/a	
	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H
< 30	0	0	0	0	24	16	3.046	1.562	48	26	46	20
30 - 50	10	11	75	79	659	312	11.354	2.483	1.586	303	412	271
> 50	4	13	46	109	248	254	4.542	1.012	700	177	164	194
Total	14	24	121	188	931	582	18.942	5.057	2.334	506	622	485

Verificación segundo a Lei 11/2018 de información non financeira e diversidade



Bureau Veritas Certification



Bureau Veritas Certification

declara que Según exige la

Ley 11/ 2018

Se ha verificado la información no financiera por la Entidad de Certificación de tercera parte e independiente Bureau Veritas, en lo que respecta a su estructura, contenido y fuentes de información de

EROSKI, S. Coop.

Y que como resultado de este proceso de verificación **Bureau Veritas Certification** expresa que

- El contenido del reporte no financiero de la organización cumple con los requisitos establecidos en la Ley 11:2018 en esta materia y los reglamentos referenciados en el alcance del informe.
- Tras la verificación muestral realizada no se ha identificado ninguna cuestión que indique que la información incluida en el reporte correspondiente al ejercicio 1 de febrero 2022 al 31 de enero 2023 contiene incorrecciones materiales.

Fecha de emisión 29/03/23



Fdo: Rut Ballesteros Gil
Validador Jefe
Bureau Veritas Certification

Bureau Veritas | C2 - Internal

Verificación en referencia aos Estándares GRI



Bureau Veritas Certification



Bureau Veritas Certificación

declara que se ha efectuado la verificación de la

Memoria de Sostenibilidad,

en lo que respecta a su estructura, contenido y fuentes de información de

EROSKI, S. Coop.

Como resultado de este proceso de verificación **Bureau Veritas Certificación** expresa que

- ☐ El contenido de la información está basado y soportado por datos y registros comprobados como ciertos. Asimismo, la información, su tratamiento, los cálculos, gráficos e información asociada han sido oportunamente comprobados y verificados según el procedimiento establecido por Bureau Veritas Certificación.
- ☐ La trazabilidad y relevancia entre información de base y contenido de la memoria es adecuada.
- ☐ Es conforme con los requisitos y principios establecidos en la Guía para elaboración de Memorias de Sostenibilidad en su versión "GRI Estándares 2021" elaborada por Global Reporting Initiative (GRI).

Conforme a esto **Bureau Veritas Certificación** establece, que ha realizado la verificación conforme a la metodología GRI Estándares 2021, para la Memoria de sostenibilidad 2022 de EROSKI, S. Coop.

Fecha de emisión 29/03/23



Fdo: Rut Ballesteros Gil
Verificador jefe
Responsabilidad Social Corporativa
Bureau Veritas Certification

