



2021
MEMORIA CORPORATIVA

**Avanzamos
contigo**



EROSKI

contigo



Para máis datos accede ao
Estado da Información
Non Financeira (EINF)



Índice

1. Cultura EROSKI	8
2. Modelo de negocio comprometido contigo	11
3. Compromiso EROSKI	16
3.1. Compromisos coa calidade e a saúde	18
3.1.1. Mellora nutricional do produto	18
3.1.2. Información sobre equilibrio nutricional / Nutri-Score	19
3.1.3. Proxecto informativo CONSUMER EROSKI	20
3.1.4. Hábitos saudables dende a infancia	21
3.2. Compromiso coa sostibilidade ambiental	22
3.2.1. EROSKI 2050: neutralidade en carbono	22
3.2.2. Compromiso dende a orixe: produtos máis sostibles	23
O mellor envase para o mellor produto	24
3.2.3. Xestión circular dos residuos	25
3.3. Compromiso co contorno local	26
3.3.1. Crecemos co contorno local	26
3.3.2. Compromiso cos produtores	27
3.3.3. Apoio e promoción do produto local	28
3.3.4. En beneficio do noso contorno	29
3.4. Compromiso coa sociedade	30
3.4.1. Contribución social	30
3.4.2. Primeiro ano de Céntimos solidarios	31
3.4.3. Chamamento solidario 2022	32
4. Persoas EROSKI: cultura de compromiso	33
4.1. Desenvolvemento de talento	36
4.2. Igualdade y diversidade	37
4.3. Conciliación	37
5. Información financeira	38



Agustín Markaide, Presidente de EROSKI

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

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

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

2021: cara á normalidade pospandemia

Para o negocio alimentario o 2021 foi camiñando cara a unha normalidade que hoxe se ansía e se ambiciona socialmente. Aínda baixo os efectos da pandemia, melloramos as nosas vendas en algo máis dun punto sobre 2019. Este curso as empresas de distribución polo miúdo de alimentación devolvemos a outros sectores parte da cota que tomáramos prestada en 2020 e, polo tanto, constatamos unha redución do mercado. Inda así consolidamos algunhas prácticas e tendencias que viñamos observando, como o aumento da canle online ou a aposta polo produto local.

Pero cun incerto futuro próximo

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

A expansión adquire ritmo

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

Ademais hai que sumar as 65 novas franquías entre as que o formato de ultra proximidade, Rapid, experimentou un importante crecemento.

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

Cara a unha alimentación máis saudable e sostible

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

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

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

O debate e a construción social ás que EROSKI se une contribuíndo de forma explícita á consecución dos Obxectivos de Desenvolvemento Sostible son propósito común coas nosas socias e socios cliente. Só así se entende a resposta que nos ofreceron na elaboración do noso Plan Solidariedade 2022. Máis de 12.400 clientes axudáronnos a escoller as causas sociais nas que seremos activos este ano. Gracias ás aportacións dos clientes e ás de EROSKI destinamos máis de 13 millóns de euros a distintas causas sociais para combater a desigualdade, axudar a quen máis o precisa e evitar o dispendio alimentario.

O enorme compromiso das persoas de EROSKI

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

O noso proxecto cooperativo fortaleceuse estes anos, incorporamos novos socios que serán 2000 nos próximos cinco anos. Encarnarán o mesmo espírito ao servizo das necesidades da cidadanía.

Nova época. Novos liderados

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



Leire Mugerza, Presidenta do Consello Reitor de EROSKI

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

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

Chegamos a miles de persoas necesitadas

Este 2021 chegamos a moitas máis persoas a través de miles de pequenas aportacións. É case máxico alcanzar tal nivel de capilaridade social: dende EROSKI e dende os nosos clientes apoiamos a máis de 435.000 persoas a través de 260 entidades sociais.

Esa maxia posibilitouna, entre outras cousas, o programa Céntimos Solidarios onde logramos máis de 14 millóns de doazóns. Non só iso: 12.400 clientes escolleron as causas sociais ás que destinaremos os nosos recursos gracias ao traballo de escoita activa que desenvolvemos con todos eles no último trimestre do 2021.

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

Chegamos a un consumidor mellor informado

O consumidor é a nosa razón de ser como cooperativa de consumo. Estamos convencidos de que un consumidor mellor formado e informado tomará mellores decisións que afectarán de forma positiva á súa saúde. Tiñamos isto en mente cando en 2019 fomos a primeira empresa na distribución española en introducir o etiquetado frontal Nutri-Score, que se engadía ao Semáforo Nutricional xa incorporado fai máis dunha década. Os datos da análise publicada na revista Consumer do mes de xullo mostran claramente que ao consumidor lle inflúe de forma positiva a información que lle aportamos. Tamén chegamos aquí.

Gracias a un esforzo compartido

O ano 2021, ademais, foi para EROSKI o inicio dunha nova etapa. Un nacemento impensable sen a implicación de todo o colectivo social e, sobre todo, sen o seu sacrificio, traballo e dedicación. As decisións que tomamos permitíronnos, hoxe, transformar o Grupo. Gracias a eles e elas chegamos.

E agora tócanos avanzar para fortalecer esta nova etapa

Sabemos que a forza do cooperativismo se fundamenta na solidariedade de moitos, que se nutre do esforzo, o tesón e o coñecemento dos individuos. Excelentes individualidades que suman e iso fai que a forza se multiplique. Experimentámolo. A diferenza nun proxecto como EROSKI non só radica en ter un bo líder, se non en que sexa un bo líder cooperativo, e iso tamén o compartimos. Gracias, Agustín Markaide, por compartir unha maneira de facer empresa, unha empresa de distribución, pero cunha permanente adecuación do propósito.

Iniciamos a nova etapa coa mirada renovada, con Rosa Carabel, mantendo a Misión deste proxecto cooperativo. Seguiremos avanzando en pro da saúde dos consumidores e na sostibilidade do noso contorno, no noso proxecto EROSKI, contigo.

Contigo durante todo o 2021

02
Febreiro

> Novo consello de dirección

Con Rosa Carabel como Directora Xeral, Javier Amezaga como Director Corporativo e a incorporación de José Ramón Anduaga, Director Económico Financeiro; Alberto Madariaga, Director de Operacións; Enrique Monzonis, Director de Innovación, Transformación Dixital e TIC. Javier España, Director de Desenvolvemento. Completan o consello de dirección o Presidente, Agustín Markaide; Eva Ugarte, Directora de Marketing Estratéxico e Cliente; Iñigo Eizaguirre, Director da Área Social e Beatriz Santos, Directora Comercial.



Agustín Markaide



Rosa Carabel



José Ramón Anduaga



Alberto Madariaga



Enrique Monzonis



Javier España



Eva Ugarte



Iñigo Eizaguirre



Beatriz Santos



Javier Amezaga

> Entrega de 1.000.000 máscaras

A máis de 10.000 familias a través de 70 entidades públicas e sociais.

03
Marzo

> Premio á innovación do Observatorio de Innovación en Gran Consumo

Recoñecemento ás Declaracións ambientais de produtos de marcas propias por parte do Institut Cerdá.



04
Abril

> Novo socio en Cataluña e Illas Baleares

Acordo para a incorporación de EP Bidco como socio Supratuc2020 para Cataluña e Illas Baleares.

05
Maio

> Nova planta e Júndiz

Inauguración da planta de Júndiz, máis sostible e con certificado LEED Gold que supón o redeseño do mapa de plataformas de produto fresco no norte de España.



Contigo durante todo o 2021

06
Xuño

> Asemblea Xeral 2021

EROSKI reforza o seu proxecto cooperativo e anuncia a incorporación de 2.000 persoas socias de traballo nos próximos 5 anos.



07
Xullo

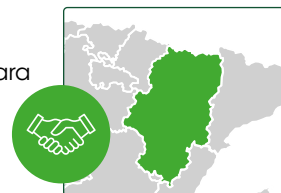
> Compromiso de neutralidade en 2050

EROSKI anuncia o seu compromiso para ser neutra en emisións de carbono en 2050.

2050 Neutros en emisións 

> Produto local

Firma do acordo co Goberno de Aragón para promover o produto local.



08
Agosto

> Escoita solidaria

Chamamento Solidario a entidades sociais para presentar proxectos e as persoas socias e clientela para escollelos.



09
Setembro

> Comprometidos coa alimentación saudable



EROSKI elimina a graxa de palma de todos os seus produtos de marca propia e a substitúe por opcións máis saudables.

10
Outubro

> Solidariedade con La Palma

EROSKI lanza unha campaña a favor das persoas damnificadas pola erupción do Cumbre Vieja en La Palma.



11
Novembro

> Aceleramos o noso crecemento



EROSKI crece na zona Norte e inaugura tendas en Galicia, País Vasco, Illas Baleares e Cataluña.



12
Decembro

> Comprometidos co cliente

A organización ponse ao servizo das tendas para combater as baixas por Ómicron e garantir o servizo á clientela.

01
Xaneiro

> Compromiso social

A Fundación EROSKI presenta o seu Informe sobre a situación da Obesidade Infantil en España.



As cifras de 2021



5116

millóns de euros de facturación



17

millóns de comidas doadas
co programa Desperdicio Cero



4541

millóns de euros de vendas netas
en distribución



43918

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



1646

establecementos



9800

provedores



77

novas aperturas



2152

pequenos produtores locais



6 +

millóns de socios cliente



21574

produtos locais



28353

persoas traballadoras



2700

produtos sen glute nas nosas tendas



3627

empregos estimados en franquías



Premios

- Comercio do Ano
- Atención ao Cliente
- Premio á Sostibilidade da Franquía (CAPRABO)



74%

postos de responsabilidade
cubertos por mulleres



22906

análise de produtos e auditorías a tendas,
plataformas e plantas de produción de
provedores



550093

consultas atendidas polo noso Servizo
de Atención ao Cliente



126839

escolares formados no Programa Educativo en
Alimentación e Hábitos Saudables



152000

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



Nutri-Score 100%

implementado en marca propia



Cultura EROSKI

1 Cultura EROSKI

A cultura EROSKI guía as nosas actuacións con base na responsabilidade e a honestidade para dar resposta ás demandas e cumprir as expectativas de todas as partes interesadas



Misión

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

- 1 O elevado compromiso e implicación das persoas que a compoñen.
- 2 Presentar unhas tendas acolledoras, saudables e en permanente innovación.
- 3 Obter os beneficios que nos permitan xerar máis riqueza e realizar unha distribución dela en réxime de solidariedade.
- 4 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 polos consumidores e consumidoras para comprar.



Valores

1 Cooperación:

As persoas traballadoras son protagonistas en EROSKI. Non só na cooperativa, onde son tamén propietarios e propietarias, se non tamén en todas as sociedades, mediante o seu compromiso coa organización.

2 Participación:

Incorporamos a opinión dos consumidores e consumidoras na nosa estratexia a través da súa participación na cooperativa e da escoita activa da nosa clientela.

3 Responsabilidade social:

Contribuímos ao benestar da comunidade na que actuamos, incidindo no seu desenvolvemento social, cultural e económico mediante a distribución social da riqueza.

4 Innovación:

Cremos que a renovación permanente en calquera ámbito da nosa actuación é necesaria para o progreso empresarial e para adaptarnos ás expectativas que a nosa actividade xera na sociedade e nas persoas consumidoras.

5 Compromiso:

Integramos no noso día a día a defensa da saúde e seguridade da sociedade a través dunha oferta de produtos sans, seguros e sostibles, mediante unha información transparente, útil e completa. Ao mesmo tempo traballamos para reducir os impactos ambientais negativos que xera a nosa actividade.



Xestión COVID-19

A COVID-19 plantexou retos cada día en 2021. Por iso reforzamos as medidas de seguridade nas tendas para garantir un **contorno de traballo seguro para as persoas traballadoras de EROSKI e establecementos seguros para a nosa clientela.**

A evolución da pandemia permitiunos readaptar as medidas de seguridade, facilitando a labor dos nosos traballadores e traballadoras e a actividade dos nosos clientes e clientas. Sen embargo a nova

variante de Ómicron supuxo un reto polo porte impacto que tivo coa súa chegada e a súa alta capacidade de contaxio. Isto obrigounos a reforzar os equipos de traballo e de atención presencial para que nin o trato nin o servizo ao cliente se resentiran. Sempre respectando o estado de saúde de persoas que facemos EROSKI e as medidas de prevención e seguridade.

“ 2021 tamén foi un ano difícil, pero resolvémolo gracias á potencia e resiliencia do equipo ”

“ Aprendemos que somos capaces de afrontar situacións complicadas a base de traballo e capacidade de adaptación. A solidariedade en EROSKI existe cara afora e cara adentro: na sexta onda a Organización comprometeuse ao máximo coas tendas ”



Rosa Carabel
Directora Xeral



Iñigo Eizaguirre
Director da Área Social

2

Modelo de negocio comprometido contigo

2 Modelo de negocio comprometido contigo

Rede de tendas

O noso modelo de negocio multiformato permítenos responder ás necesidades dos clientes e as clientas a través dun amplo abanico de insignias que inclúen hipermercados, supermercados, axencias de viaxes, tendas de ocio e tempo libre, gasoleneiras e ópticas.

Gracias ao noso dinamismo a rede comercial, diversificada e eficiente, conta en 2021 cunha superficie física de 1,18 millóns de m² repartida en 1.646 establecementos. Así, puidemos ampliar a nosa

presencia en todo o territorio nacional e cumprimos cun dos nosos principais obxectivos: crecer e consolidarnos na zona norte de España, a nosa zona de referencia:

77

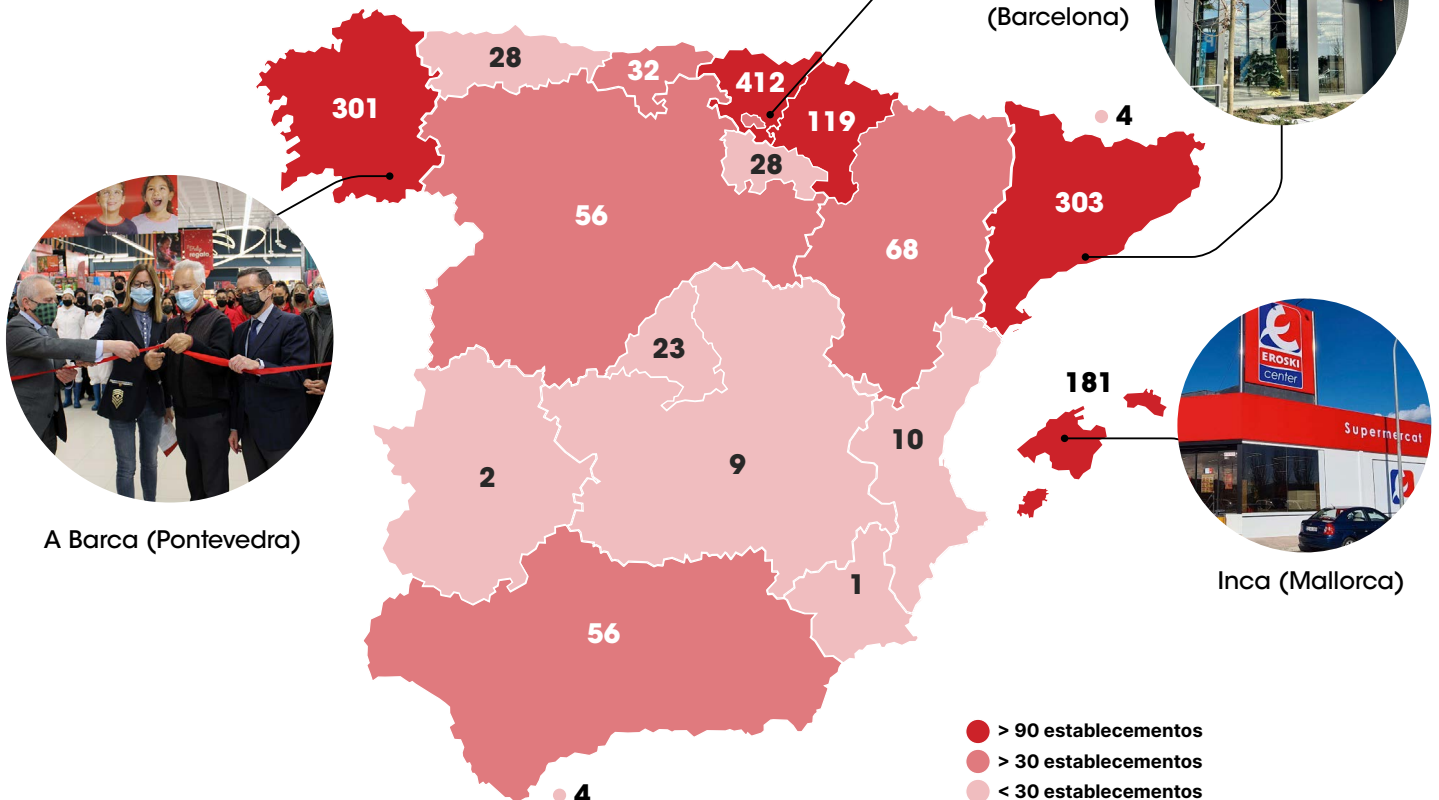
novas tendas

Franquías

65
inauguracións

577
supermercados

Distribución dos establecementos físicos por Comunidade Autónoma



Insignias e negocios

	Insignia	2021		
		Total	Propias	Franquías
Negocios de alimentación	EROSKI (Hipermercados)	36	36	0
	EROSKI City*	599	309	290
	CAPRABO	296	210	86
	EROSKI Center	166	164	2
	ALIPROX	106	0	106
	FAMILIA	75	75	0
	ONDA	48	0	48
	RAPID	46	1	45
	Cash&Carry	18	18	0
Negocios de diversificación	Gasolineiras	38	38	0
	Ópticas	11	11	0
	Axencias de viaxe	130	106	24
	Tendas de material deportivo FORUM SPORT	68	67	1
	Tendas Online	9	9	0

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

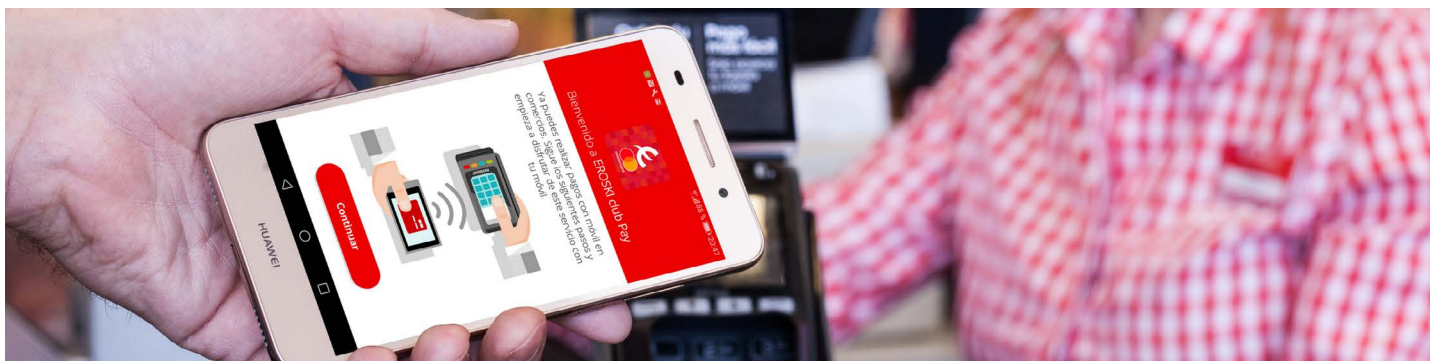
TOTAL
1.646
Tendas

TOTAL
1.044
Propias

TOTAL
602
Franquías

A nosa marca propia é a plasmación de todos os nosos valores ao servizo do cliente a través do produto. Calidade e bo prezo. Innovación e surtido.

Marca	Número referencias	Descrición marca
	EROSKI SeleQTia 219	O mellor do mellor. Excelente calidade a bo prezo
	EROSKI 2164	A mellor oferta calidade-prezo
	EROSKI Natur 430	Sabor responsable
	EROSKI Bio e EROSKI Eco 95	Nova marca con certificación ecolóxica
	belle 424	Cosmética, hixiene e coidado persoal sen parabenos nin triclosán
	EROSKI Basic 214	Produtos do día a día ao mellor prezo
	Visto Bueno 1146	Roupa e calzado de calidade e bo prezo
	Romester 79	Equipamento deportivo de calidade e bo prezo
	Ecron 41	Electrónica e electrodomésticos de calidade ao mellor prezo



Fortalecemos a nosa posición omnicanal

O ano 2021 supuxo un paso máis na consolidación da estratexia omnicanal do Grupo, en especial, EROSKI Online. O cambio de hábitos na sociedade española impulsou o contorno dixital, o que consolidou o noso negocio online **dobrando os seus resultados con respecto a cifras pre pandemia**.



8M

Millóns de visitas durante o 2021



capraboacasa.com



Capraboacasa: franxas de entrega de 1 hora e dende as 7:00 a.m. para os clientes da área metropolitana de Barcelona

“ Os clientes probaron o noso servizo e quedaron con nós por servizo e facilidades ”



Olga Eguizabal
Responsable do Negocio Online de EROSKI



App EROSKI

Como parte da aposta de EROSKI pola transformación dixital fortalecemos e melloramos a usabilidade da nosa aplicación móbil, que permite axilizar o proceso de compra online e proporcionar vantaxes exclusivas a quen fai uso dela. En 2021:



154%

Aumento de usuarios



700000

Novos usuarios

Omnicanalidade en expansión

Máis aló do contorno dixital, a clientela apostou por outras formas de relacionarse con nós. A oferta completa de EROSKI pola omnicanalidade implica outros elementos como son: Click&Drive, Click&Collect e as taquillas intelixentes.

Click&Drive

9 Puntos

Click&Collect

11 Puntos

Taquillas intelixentes

3

Premios Comercio del Ano

Por 5º ano consecutivo fomos recoñecidos co galardón WebShop do Ano dentro da categoría de Supermercado Online nos premios Comercio do Ano. Tamén fomos escollidos polos consumidores e consumidoras como a mellor proposta nas categorías de Supermercados de Proximidade, Satisfacción al cliente.

Eficiencia en operacións

EROSKI persegue incrementar a eficiencia nos procesos e loxística para poder trasladar aforro á clientela. As ferramentas para logralo pasan pola innovación e a mellora da tecnoloxía.

Loxística eficiente

En EROSKI estamos mellorando a eficiencia na cadea de valor a través dunha rede de plataformas e transporte axustada e competitiva con solucións avanzadas para impulsar a nosa competitividade. Á modernización da loxística para produtos perecedoiros, súmanse instalacións máis respectuosas co medio ambiente, a actualización da tecnoloxía con cámaras frigoríficas máis eficientes e o incremento do confort e seguridade laboral do equipo humano que traballa na plataforma. É o caso da nova plataforma de Júndiz e da plataforma ZAL de Caprabo que foron deseñadas atendendo ás normas e requisitos da prestixiosa certificación medioambiental internacional Leed Gold.



33 Plataformas loxísticas para a subministración a todos os establecementos do Grupo

Máis de
337.000 m²

de superficie de almacén,
dende onde distribuímos ata

1000000

de caixas diariamente.

“ O noso obxectivo foi mellorar a eficiencia dos procesos na cadea de valor: en puntos de venda, subministración e loxística, optimización de consumos e aprovisionamento ”



Alberto Madariaga
Director de Operacións
de EROSKI



Innovación para ser a tenda preferida

Para EROSKI a innovación debe implicar unha mellora na relación co cliente. Isto debe servírnos para satisfacerlle e ser a súa tenda preferida

“ En EROSKI innovamos cada día para ofrecer a cada cliente a proposta máis atractiva e personalizada. Baseámonos na xestión do dato e a Intelixencia Artificial para tomar decisións máis eficientes e mellorar a experiencia de compra ”



Enrique Monzonis
Director de Innovación,
Transformación Dixital e
TIC de EROSKI



3

Compromiso EROSKI

3 Compromiso EROSKI

“2021 foi un ano intenso. Traballamos para redobrar os esforzos en desenvolver o que máis nos caracteriza, os nosos 10 Compromisos en Saúde e Sostibilidade”



Alejandro Martínez Berriochoa
Director de Saúde e Sostibilidade



► Avanzamos nos nosos 10 Compromisos pola Saúde e a Sostibilidade

-  **Implicámonos coa seguridade alimentaria**
-  **Promovemos unha alimentación equilibrada**
-  **Previmos a obesidade infantil**
-  **Atendemos as necesidades nutricionais específicas**
-  **Favorecemos un consumo responsable**
-  **Ofrecemos máis produtos locais**
-  **Facilitamos comer ben a bo prezo**
-  **Actuamos dende a escoita, con claridade e transparencia**
-  **Coidámonos como traballadores e traballadoras**
-  **Impulsamos un estilo de vida máis saudable**



Máis información
sobre saúde no EINF



3.1 Compromiso coa calidade e a saúde

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

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



En 2021 leváronse a cabo:

938 auditorías nos nosos puntos de venda e plataformas loxísticas

343 auditorías en plantas de produción de provedores de marca propia

46 auditorías en plantas de produción de provedores doutras marcas



En total, desenvolvemos

22906
controis analíticos

tanto químicos, micro biolóxicos
como xenéticos

3.1.1 Mellora nutricional do produto

O compromiso de EROSKI coa saúde alimentaria vai máis aló da comprobación da súa calidade e lévanos a estudar a súa composición para **mellorar o seu perfil nutricional**.

En 2021 terminamos de eliminar a graxa de palma de todos os nosos produtos de marca propia. En total 308 produtos foron reformulados con solucións alternativas máis saudables como o aceite de xirasol.

► O surtido total de produtos mellorados nutricionalmente componse de:



106
produtos baixos
en graxa



30
baixos en sal



66
baixos en azucres



103
altos en fibra

3.1.2 Información sobre equilibrio nutricional / Nutri-Score

O noso afán por promover uns hábitos alimentarios responsables e saudables levounos en 2018 a ser os pioneiros na implementación do etiquetado Nutri-Score en produtos de marca propia.

Tres anos máis tarde convertémonos na primeira empresa de distribución en España en incorporar o etiquetado Nutri-Score en todos os nosos produtos de marca propia.

Ademais este ano publicamos a análise desenvolta tras máis de dous anos de implantación do etiquetado nutricional. A mostra observa a evolución das vendas de ao redor de 2.000

produtos en máis de 1.300 puntos de venda e constata que Nutri-Score inflúe favorablemente na elección de produtos de alimentación envasada máis saudables, sen que haxa retroceso nas categorías de produto fresco.

Dentro da mesma categoría de produtos, o consumidor opta pola máis saudable

Que é Nutri-Score?

O etiquetado 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, do A verde escuro e o B verde claro (para os máis saudables) ao D laranxa e o E vermello (para os de menor calidade nutricional), pasando polos C de cor amarelo, nunha posición intermedia. A letra de cada produto calcúlase cun algoritmo afianzado por numerosa literatura científica, que considera negativamente o seu contido en calorías, azucres, graxas saturadas e sal, e positivamente a súa cantidade de fibra, proteínas, froita e verdura, froitos secos, legumes e aceite de oliva sempre por cada 100 gramos de produto.



3.1.3 Proxecto informativo CONSUMER EROSKI

No noso empeño por promover a divulgación de información alimentaria en 1974 puxemos en marcha CONSUMER EROSKI, un proxecto informativo dirixido aos consumidores e consumidoras dunha maneira independente, veraz, amena e práctica sobre hábitos de vida cotiá.

Gracias a esta publicación en castelán, catalán, euskera e galego chegamos a millóns de persoas (contamos con 50 millóns de visitas na edición dixital). En 2021 a versión impresa chegou a 317.025 persoas cada mes.

Os once números publicados en 2021 permitiron aos nosos consumidores e consumidoras aprofundar o seu coñecemento sobre alimentación, seguridade alimentaria e saúde, medio ambiente, solidariedade, mascotas, mundo bebé ou aforro e economía doméstica.

En concreto, en 2021 ocupou un papel especial a obesidade infantil, en torno á que CONSUMER EROSKI desenvolveu un estudo para coñecer o seu estado na poboación infantil española a partir de datos públicos.

Conclusións do informe

- **Murcia (40%), Canarias (35,5%) e Andalucía (33,4%)** son as comunidades coa maior taxa de sobrepeso e obesidade infantil.
- En **Navarra**, polo contrario, só o 1,4 % dos menores padece obesidade e o 15% algún tipo de sobrepeso.
- **País Vasco e La Rioja** son as comunidades que obteñen mellores notas en hábitos alimenticios.
- **Navarra** destaca polo baixo consumo de doces e refrescos e **Asturias e Aragón**, por superar a media de consumo de froitas diarias.
- Noutro extremo, **Canarias, Baleares y Cataluña** son as rexións onde menos froita se consume.
- **Andalucía, Castilla-La Mancha e Extremadura** destacan pola notable inxesta de doces e refrescos.

A revista publícase en 4 idiomas:
castelán, galego, euskera e catalán;
317.025 lectores ao mes e 50 millóns de visitas online.

Accede al informe



3.1.4 Hábitos saudables dende a infancia

Para EROSKI a educación é unha ferramenta clave para promover o cambio cara a unha alimentación máis saudable e responsable. Por iso, EROSKI pon a disposición dos nenos e nenas ferramentas formativas para concienciarlles sobre as súas decisións alimentarias dun xeito divertido.

Así naceu o Programa Educativo en Alimentación e Hábitos Saudables (PEAHS) do Grupo EROSKI, destinado a fomentar uns hábitos saudables na poboación infantil.

Durante o curso 2021/2022

participaron nos PEAHS un total de
129.839 estudantes de 1.616 colexios



Imagine Food

- Cuarta edición do concurso Imagine Food para provocar o interese dos escolares sobre a importancia dunha dieta equilibrada. Nenos e nenas de entre 6 e 12 anos mandaron os seus debuxos sobre dietas saudables, os cales foron valorados por un xurado do Basque Culinary Center.



Escolle Bo, Escolle San, de CAPRABO

Este programa, posto en marcha en 2008 e dispoñible en formato presencial e online, busca ensinar a nenos e nenas, incluíndo os de 2 e 3 anos, a alimentarse de maneira saudable e fomentar uns hábitos de alimentación equilibrada, acompañados dunha persoa profesional da nutrición, ademais de concienciar sobre o desenvolvemento sostible, o consumo responsable ou a fame cero, entre outras materias.



Programas educativos de VEGALSA-EROSKI

Inclúe programas como:

- **Mates no teu Súper,** para aprender a realizar a compra.
- **Alixeira a túa Vida:** liderado pola Sociedade Española para o Estudo da Obesidade (SEEDO).
- **Come Rico, Vive San:** que se enmarca dentro do proxecto nacional Prevención da Obesidade.

3.2 Compromiso coa sostibilidade ambiental

A sociedade considera que é necesario poñer solucións aos problemas medioambientais de forma urxente. Para responder a esta demanda en EROSKI traballamos para garantir o cumprimento da lexislación aplicable na materia en todos os seus ámbitos de actuación, pero, ademais, engadimos un continuo esforzo para mellorar na identificación, caracterización e minimización dos principais impactos negativos así como a optimización dos impactos positivos que a nosa actividade ten no medio ambiente.

3.2.1 EROSKI 2050: neutralidade en carbono

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

Este compromiso enmárcase na nosa adhesión ao Código de Conduta Responsable para Prácticas de Marketing e Negocios Alimentarios presentado pola Unión Europea en Bruxelas e supón o fortalecemento dos nosos 10 Compromisos en Saúde e Sostibilidade, que nos marcamos en 2018 e que inclúen:

- 1 **Reducir un 25% as nosas emisións de CO₂** para 2025 mellorando a eficiencia dos nosos equipos e procesos e aumentando o uso de enerxías renovables.
- 2 **Reducir un 20% as toneladas de envases de plástico convencional** que comercializamos en 2025 e así reducir a posible contribución á contaminación do medio mariño y terrestre.
- 3 Orientar os nosos procesos cara ao **desperdicio cero** para xerar un impacto ambiental e social positivo.
- 4 Orientar os nosos procesos cara a un modelo de economía circular co eco deseño dos nosos envases para que sexan **100% reciclables en 2025**.
- 5 Potenciar os produtos máis respectuosos co medio ambiente e os animais, **esixindo certificacións ambientais nos produtos EROSKI Natur**, ampliando a gama de produtos ecolóxicos ou con selos de benestar animal e impulsando a mellora ambiental dos procesos dos provedores.



Máis información
sobre sostibilidade ambiental
no EINF



Novo modelo enerxético nas tendas físicas

En novembro de 2021 EROSKI inaugurou o supermercado Lakua-Arriaga, buque insignia da transición enerxética do Grupo cara ao novo modelo de tendas físicas deseñado para facer fronte aos retos do cambio climático:

- Construción conforme a certificacións **LEED Gold**
- Utilización de refrixerantes naturais
- Iluminación LED intelixente
- **50% redución do gasto enerxético**
- Domótica para o consumo enerxético eficiente
- **Enerxía 100% renovable**
- **+ 80% dos residuos xerados valorizados**
- Xestión circular dos residuos: contedores RAEE, bombillas, pilas e cápsulas de café



“ O novo modelo enerxético de EROSKI busca aplicar unha visión integral onde se practique a economía circular, dende a redución de consumos e de uso de plásticos, ata o fomento da mobilidade sostible co uso do vehículo eléctrico. É a evolución natural dun proceso iniciado en 2012 ”



Javier España
Director de
Desenvolvemento
de EROSKI





3.2.2 Compromiso dende a orixe: produtos máis sostibiles

En EROSKI colaboramos con empresas provedoras responsables que compartan o noso compromiso co desenvolvemento sostible e velamos para que todos os

procesos, dende a orixe da produción ata as operacións na tenda, transformación e manipulación, reduzan o seu impacto ambiental.

• Garantía de orixe sostible dos produtos:



Máis de 1.600 produtos ecolóxicos.



461 mostradores e 8 plataformas loxísticas de pesca certificados por MSC e GGN.



100% do noso atún en conserva cumpre os principios da International Seafood Sustainability Foundation (ISSF).



430 produtos EROSKI Natur, que inclúen certificacións como GlobalG.A.P., Producción Integrada ou de benestar animal.



17 produtos belle Natural coa certificación COSMOS Natural de ECOCERT.



410 produtos con selo FSC®, PEFC, Oeko-tex ou SFI.

O mellor envase para o mellor produto

Conscientes da preocupación social pola contaminación por plásticos en EROSKI traballamos para mellorar os envases dos nosos produtos de marca propia.

Adherímonos ao **Basque Ecodesign Center**

Decidimos **eco deseñar** o **100% dos nosos envases** para 2025

Iniciamos a análise de **máis de 3.500 envases de marca propia**

Contamos con **máis de 100 envases eco deseñados** dos nosos produtos de marca propia



para **desenvolver innovadores eco deseños** xunto á UPV-EHU, a Sociedade Pública Vasca de Xestión Ambiental Ihobe e centros de liderado internacional.



para que sexan **100% reciclables** e reducir un 20% as toneladas de plástico comercializadas.



para poder identificar e aplicar melloras que permitan **reducir a nosa pegada plástica**.



73 envases mellorados en 2021

o que permite reducir **85 toneladas** de plástico convencional ao ano

493 toneladas

redución de plástico convencional total alcanzado en 2021



Leite condensada EROSKI

Cun **envase máis reciclable** ao mellorar a capacidade de baleirado do produto e ao contar cunha **botella de PET mono capa transparente**.



Hamburguesa de vacún EROSKI Natur BIO

Cun envase cun **80% menos de plástico** que os envases estándar deste produto.

3.2.3 Xestión circular dos residuos

EROSKI orienta os seus procesos cara á economía circular a través de estratexias de prevención dos residuos:



Evita o desperdicio de
145 millóns de comidas

gracias a implementar importantes descontos en produtos próximos á súa data de caducidade ou a doazón de alimentos a entidades sociais



Aforro de
36 toneladas de papel
(respecto a 2018)

gracias á promoción do ticket dixital



Aforro de
1.000 toneladas

de plástico convencional menos en bolsas de caixa comercializadas (respecto a 2018)



Reutilización de
6.700 toneladas de residuos orgánicos

para a fabricación de forraxe e fariñas animais gracias a estratexias de reciclaxe e reutilización dos residuos noutros procesos produtivos



Máis de
43.918 toneladas

recicladas ou valorizadas



111 toneladas
de cápsulas de café recuperadas

Ademais, EROSKI participa en:

- Proxectos de innovación relacionados coa economía circular e a minimización do desperdicio de alimentos.
- Foodrus: Proxecto Horizon 2020 para reducir o desperdicio e a perda na cadea agroalimentaria a través dun innovador sistema colaborativo circular.
- ZeroWaste: Proxecto Green Deal para implementar nove *Systemic Innovation Living Labs* (SILLs) na cadea de valor para conseguir unha sostibilidade ambiental e económica a longo prazo.

FOODRUS

ZEROW
innovations for zero food waste

Concienciación

- En 2021 participamos en programas de voluntariado ambiental, como as 3 accións desenvoltas xunto a WWF.
- A Hora do Planeta: apagamento simbólico promovido polas Nacións Unidas da maior iniciativa global en defensa do medio ambiente.



Participantes na xornada de voluntariado que EROSKI organizou xunto a WWF en Elgoibar (Gipuzkoa).



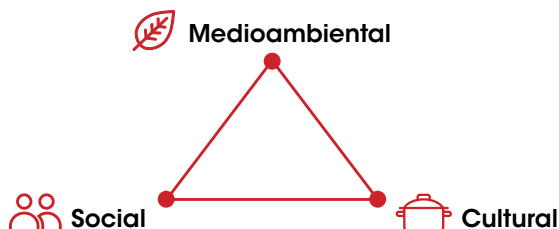
Máis información
sobre o compromiso co
contorno local no EINF



3.3 Compromiso co contorno local

3.3.1 Crecemos co contorno local

En EROSKI entendemos que unha alimentación sostible pasa por aproveitar as múltiples oportunidades que supoñen os produtos locais, dende unha tripla perspectiva:



Medioambiental: xa que permite reducir os recursos destinados ao transporte e empregar variedades locais que garanten así a súa supervivencia fronte á tendencia homoxeneizadora dunha produción masiva

Social: xerando riqueza e emprego próximos que redundan no benestar de toda a comunidade

Cultural: preservando os modos de facer receitas tradicionais e a cultura gastronómica dunha alimentación saudable, con sentido e arraigamento.

En EROSKI queremos ser un axente proactivo na mellora dos provedores locais e un distribuidor líder na promoción dos produtos de cada zona. Para nós tamén é fundamental a implicación social na comunidade; tanto dende o punto de vista do emprego que xeramos como dende a solidariedade coas causas que preocupan á poboación.

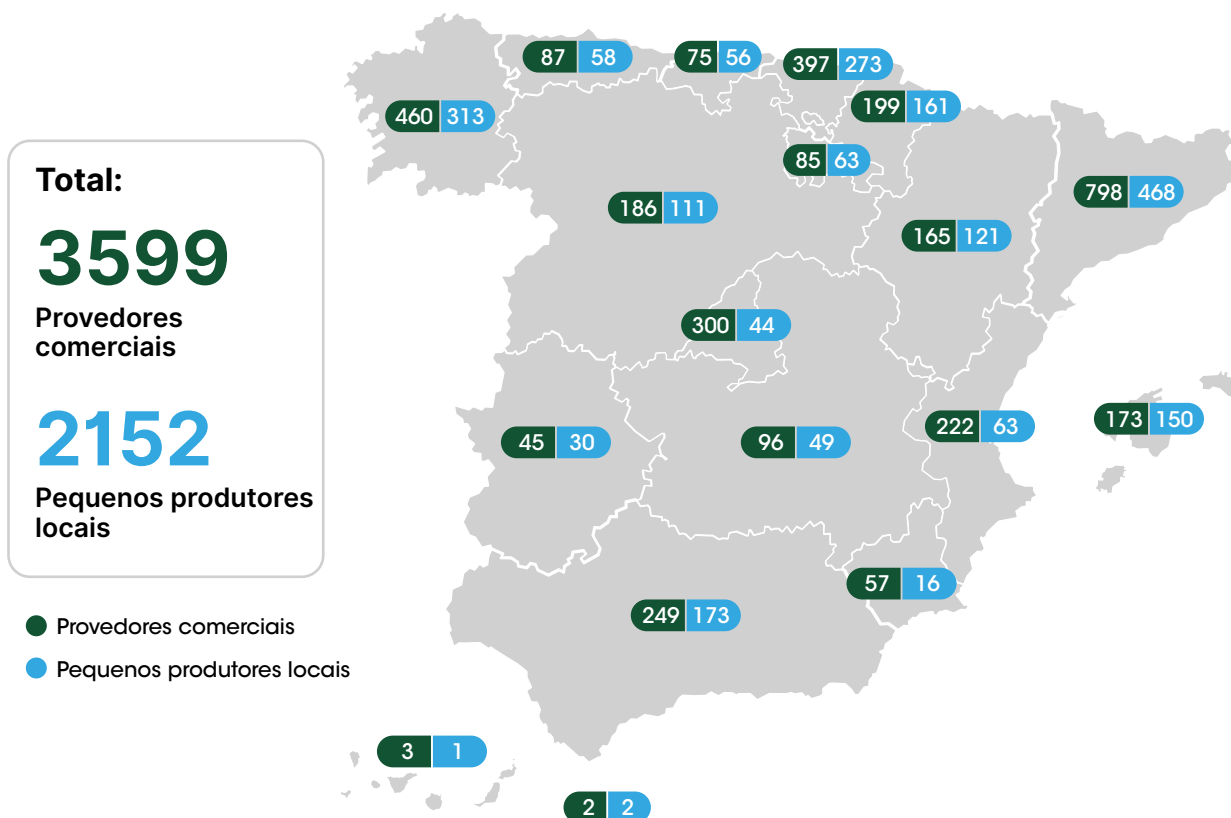
“ En 2021 desenvolvemos o produto local a través da nosa marca propia, incrementando as nosas referencias de pequenos produtores e xerando relacións de confianza con actores institucionais ”



Asun Bastida
Directora Comercial
de Produto Local



► Número de provedores comerciais e pequenos produtores locais por comunidade autónoma en 2021



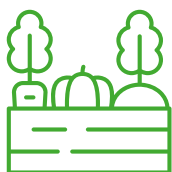
3.3.2 Compromiso cos produtores

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

- **Acercar os produtos das pequenas empresas produtoras aos consumidores e consumidoras**
- **Desenvolver unha xestión comercial adaptada a micro empresas, PEME e Cooperativas**
- **Colaborar en plans para a súa profesionalización e crecemento empresarial.**

En 2021 rexistramos 1.797 novas altas de referencias locais, das cales 944 corresponden a seccións de frescos e 853 a alimentación. Fan un total de 21.574 procedentes de pequenos produtores locais.

Esas novas altas xeraron unhas vendas de máis de 22 millóns de euros. Ademais, continuamos renovando e xerando novos convenios de colaboración con organizacións sectoriais para o impulso dos alimentos locais, Denominacións de Orixe Protexido (DOP) e Indicacións Protexidas (IGP).



Plan Hortaliza

Continuamos tamén co Plan Hortaliza: Diversificación Sostible Colaborativa, un proxecto cofinanciado polo Goberno Vasco e o Fondo Europeo Agrícola de Desenvolvemento Rural (FEADER) para mellorar a rendibilidade das explotacións hortícolas de Euskadi gracias á diversificación e á xestión sostible dos novos cultivos.



3.3.3 Apoio e promoción do produto local

O obxectivo de EROSKI de fomentar os produtos locais esténdense tamén ao traballo por divulgar e promover os valores culturais, gastronómicos e culinarios inherentes a eles.

No 2021 firmamos un acordo co Goberno de Aragón e a Asociación de Industrias de Alimentación de Aragón para a promoción e desenvolvemento dos produtos agroalimentarios da rexión. EROSKI comprometeuse a aumentar as compras a produtores agroalimentarios aragoneses provenientes de empresas con capacidade suficiente para cumprir cos nosos requisitos de calidade. Gracias a este proxecto EROSKI colabora con 130 pequenos produtores agroalimentarios de Aragón. Ademais, colaboramos co Clúster Aragonés de Alimentación cuxo obxectivo é

impulsar a innovación nas industrias agroalimentarias da comunidade autónoma e pertencemos ao Círculo Agroalimentario Comparte el Secreto dende onde se traballa para poñer en valor o sector agroalimentario.

Promover o consumo de alimentos autóctonos é unha vía para manter a nosa cultura gastronómica, a nosa economía e os nosos paisaxes

3.3.4 En beneficio do noso contorno

O fomento de iniciativas no ámbito local EROSKI busca favorecer o benestar das persoas próximas á nosa rede comercial e poñer en valor a cultura e tradicións máis próximas.

Promoción e difusión das linguas locais

En EROSKI consideramos as linguas locais como parte esencial do patrimonio cultural das comunidades do noso contorno e por iso traballamos de formas continua para a súa promoción e difusión.



► Durangoko Azoka

En 2021 firmamos un acordo de colaboración por 5 anos máis coa cita máis relevante da cultura en euskera, coa que EROSKI colabora dende fai décadas.

► Festas das ikastolas

Ibilaldia, Araba Euskaraz, Kilometroak e Nafarroa Oinez, onde a Fundación EROSKI está presente e onde colaboraron máis de 6.000 persoas nos eventos da Escola de Alimentación dirixidos ao fomento de hábitos alimentarios saudables entre os escolares e as familias.

► Plan Euskera

Para lograr contornos bilingües e fomentar o uso do euskera dentro da organización.



► Conmemoración do "Día das Letras Galegas"

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. Como en exercicios anteriores, en 2020 continuamos apoiando a celebración do Día das Letras Galegas. Estas accións únense ao esforzo continuado que facemos para que a revista CONSUMER EROSKI poida ser lida en castelán, euskera, galego e catalán.

Ocio e cultura

En EROSKI intentamos acercar a cultura ás persoas consumidoras a través de diversos patrocinios de actividades culturais e de ocio das zonas onde temos actividade.



- Musikaire en Elorrio
- Subida Artxanda en Bilbao
- Acordo coa AD de Baloncesto Feminino Araski

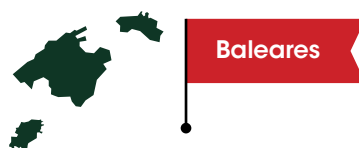


► XACOBEO 2021

Máis de 10.000 persoas participaron nesta histórica ruta senderista patrocinada por EROSKI que se retomou tras o obrigado parón do 2020

► Apoio cultural a festivais galegos:

- Resurrection Fest (Viveiro).
- Morriña Fest (Culleredo).
- Caudal Fest (Lugo).



► Subida Do Güell a Lluc a Peu



- Participación na exposición "Alimentar Barcelona. Cidade, abastecemento y saúde" organizada polo Museo de Historia de Barcelona (MUHBA) con protagonismo para o primeiro supermercado de CAPRABO na cidade, inaugurado en 1959, na entón Avenida Antoni Maria Claret.



Máis información
sobre o compromiso coa
sociedade no EINF



3.4 Compromiso coa sociedade

3.4.1 Contribución social

En EROSKI, dende a nosa orixe, aplicando os nosos valores cooperativos, desenvolvemos unha acción social diversa para contribuír de maneira efectiva a facer posible unha sociedade máis xusta e solidaria. Para iso, implicamos aos traballadores

e traballadoras, promovendo á súa vez a participación da clientela na proposta e desenvolvemento de campañas e iniciativas sociais de ámbito local e nacional.

► Distribución das aportacións para acción social



10.808.503 €

Solidariedade
e acción social



1.250.800 €

Apoio ás familias e
colectivos con necesidades
especiais

13.579.518 €
Aportación total



1.146.160 €

Formación e información
ao consumidor



374.055 €

Cultura, ocio
e contorno local

3.4.2 Primeiro ano de Céntimos solidarios

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

Céntimos Solidarios axudou en 2021 a distintas causas sociais e medioambientais



- **Máis de 2 millóns de euros doados**
- **14 millóns de doazóns**
- **368.000 persoas axudadas**
- **260 entidades coas que colaboramos**



3.4.3 Chamamento Solidario 2022

En EROSKI puxemos en marcha unha vez máis a escoita aos clientes, traballadores e sociedade, na que participaron máis de 12.000 persoas, para escoller as causas solidarias ás que apoiar en 2022.

Ademais, lanzamos unha convocatoria para que as ONG poidan presentar proxectos que financiar a través dos Céntimos Solidarios en 2022 e poidan inscribirse tamén como receptores de doazóns do programa Desperdicio Cero.

En total participaron 289 entidades con máis de 450 proxectos. Tendo estas respostas como base, EROSKI elaborou o seu Plan de Solidariedade para o programa Céntimos Solidarios de 2022 que publicou en xaneiro do 2022 e que atenderá a causas como a infancia en situación de vulnerabilidade, o cancro, as enfermidades raras ou a saúde mental, entre outras.

► Outras campañas



Campaña cos Bancos de Alimentos

3 millóns de comidas



Campaña de Emerxencia a favor das persoas afectadas polo volcán de La Palma

435.000 euros

Apoio ás familias

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

Estas accións complementáanse coa ferramenta online Benvida Matrona de CAPRABO, gracias á que os proxenitores poden dispoñer das respostas a todas as cuestións que máis lles preocupan durante o embarazo, o parto e ao longo dos primeiros anos de vida do bebé. Esta é unha

iniciativa que conta co apoio de organizacións como FAME (Federación de Asociacións de Matronas de España), AEM (Asociación Española de Matronas) e o pediatra Dr. J. Mateu Sancho.



4

Persoas EROSKI: cultura de compromiso

4 Persoas EROSKI: cultura de compromiso

O obxectivo de EROSKI é ofrecer o mellor servizo e produto á clientela a través dos 10 Compromisos pola Saúde e a Sostibilidade.

Para alcanzalos apoiámonos no noso valor diferencial: as persoas que facemos EROSKI. A nosa maneira de traballar fundaméntase en 10 valores esenciais:

► Os 10 valores esenciais do noso traballo

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 buscamos as áreas de mellora.

4

Impulsamos **a información e a comunicación** de maneira bidireccional dentro da organización.

5

Gracias 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 al cliente para adaptarnos e anticiparnos ás súas necesidades.

8

Melloramos continuamente as condicións do traballo para garantir unha **calidade de vida adecuada**.

9

Solidariedade externa para devolver á sociedade o que nos aporta.

10

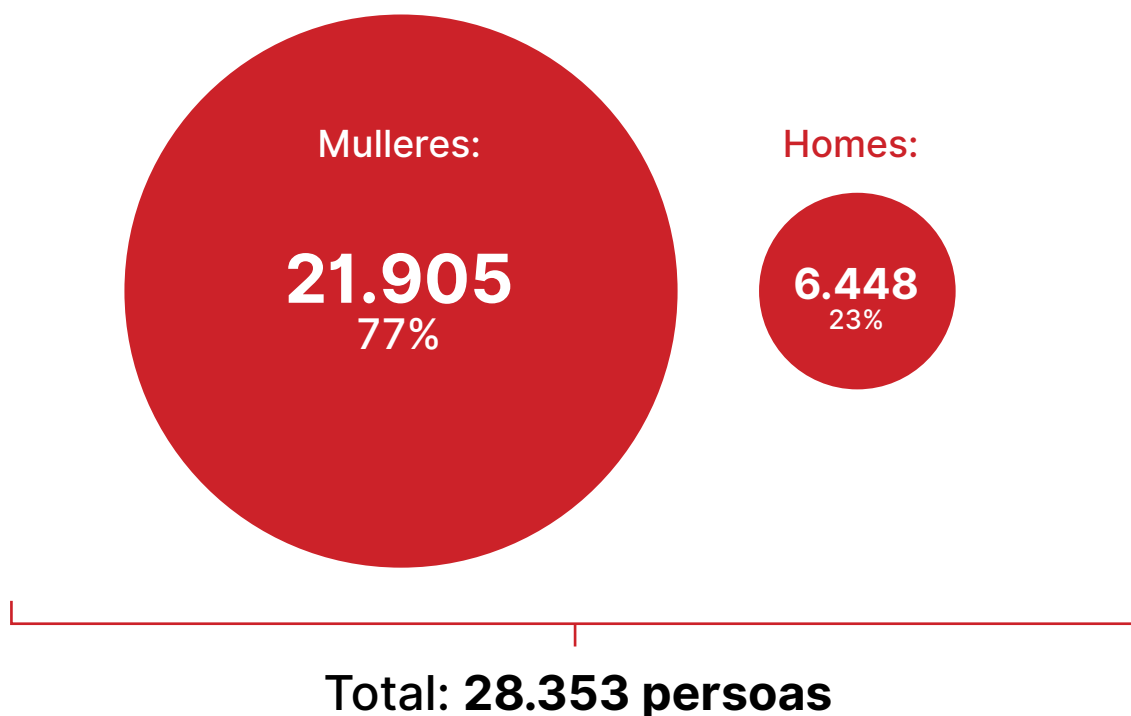
Os traballadores e traballadoras aspiramos ao **máximo nivel de profesionalización**.



Máis datos sobre
Persoas EROSKI no EINF



► Cantas persoas facemos EROSKI?



► Cantas persoas se uniron ao noso proxecto en 2021?



1.851
Total incorporacións



629
Persoas socias
traballadoras

“ Somos unha piña. Ás veces dicimos que somos psicólogos para o cliente. Alegrarlle o día con cariño, atención e unhas poucas risas éncheme como persoa ”



Mari Carmen Centeno
Socia no 2021. EROSKI/
City Etxebarri



“ EROSKI é un bo lugar para evolucionar como persoa e como profesional. A min permitíume emprender proxectos vitais ”



Koldo Cebrián
Socio no 2021. EROSKI/
Center Tellagorri - Bilbao



4.1 Desenvolvemento de talento

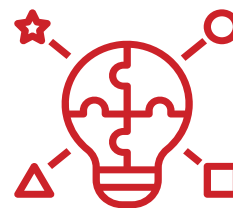
O noso modelo de Desenvolvemento Directivo e Xestión do Talento é un facilitador que permite a EROSKI dispoñer das persoas e equipos necesarios e garantir as capacidades adecuadas para cubrir a estratexia actual e futura, a fin de asegurar a súa posición competitiva a través da incorporación e desenvolvemento do talento en posicións directivas

Os xestores con potencial son persoas en funcións de xestión cun perfil que lles permite cubrir postos directivos no futuro. Esta consideración prodúcese tras un proceso de contraste avaliativo e tras acreditar interese e compromiso por crecer. Desenvolvemos unha xestión diferenciada con estas persoas, a fin de lograr que o seu potencial acabe transformándose en posibilidade real de cobertura de postos directivos.

EROSKI mantén ano tras ano o seu compromiso por ofrecer á sociedade unha fonte de emprego de calidade onde os seus traballadores e traballadoras teñan unhas condicións óptimas de desenvolvemento profesional

No contexto dos nosos puntos de venda, durante o 2021 mantivemos o enfoque formativo de Escolas de Frescos para profesionais de todas as seccións de frescos en tenda. Despregouse á súa vez un modelo de Escola premium, para levar a determinados perfís a maiores cotas de xestión. Este enfoque de desenvolvemento de Escolas complementábase con outro tipo de accións de capacitación en oficio, en modelos de trato e en orientación ao cliente.

Firma do acordo entre EROSKI e Mondragon Unibertsitatea para fortalecer a formación e a investigación en "Data Analytics". Iñigo Eizaguirre, Director da Área Social de EROSKI (esq) e Lander Beloki, Decano da Facultade de Empresariais de MU (der).



176297

**Horas de formación
(60% máis que en 2020)**



1.500.000 €

destinados a formación



4.2 Igualdade e diversidade

En EROSKI entendemos a igualdade como un valor na xestión da organización e rexémonos polo principio de non discriminación por razón de xénero, raza, orientación sexual, crenzas relixiosas, opinións públicas, nacionalidade, orixe social, discapacidade ou calquera outra característica que puidera orixinala.

En 2005 creamos unha 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.

Plantilla EROSKI:



- 77% mulleres
- 74% postos de responsabilidade cubertos por mulleres
- O Consello Reitor da cooperativa, máximo órgano de goberno, é paritario

Integramos os valores de igualdade e diversidade en EROSKI dende o noso nacemento. Este ano máis mulleres incorporáronse aos postos de dirección e predirección //



Marta Carazo
Responsable do
Observatorio
de Igualdade de
EROSKI



A tocaora e guitarrista flamenca Antonia Jiménez, a monoloxista e actriz cómica Patricia Sornosa e o escritor e reporteiro de guerra Antonio Pampliega participaron na xornada *Cómplices* do 2021.

4.3 Conciliación

En EROSKI contamos con permisos adicionais aos que establece a lexislación e impulsamos contornos e horarios de traballo que permitan un equilibrio entre a vida persoal e profesional.

Así mesmo, EROSKI atende tamén as particularidades doutros proxectos persoais das traballadoras e traballadores, ofrecendo a posibilidade de reducir a súa xornada mantendo o dereito a recuperala de forma 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.

Durante 2021:

3.948 persoas acolléronse a unha redución de xornada ou excedencia. O 14% da plantilla.

5

Información financeira

5 Información financeira



- A campaña de vacinación de 2021 favoreceu a recuperación dos hábitos de consumo relacionado co negocio alimentario, aínda que as últimas ondas impediron a recuperación dun exercicio totalmente normalizado.
- Os negocios ligados a ocio, deporte e viaxes non recuperaron a normalidade prepanidémica debido ás restricións.
- Obsérvase unha leve mellora no resultado operativo, respecto ao exercicio 2019, freada pola escalada de prezos da enerxía, que supuxo un elevadísimo custo no trasladable directamente ao mercado.
- A entrada do socio EPCG no capital dos negocios ligados a Cataluña e Baleares reforza o proxecto do Grupo centrado en ambas zonas.
- Redución da débeda en máis de 450 millóns de euros, o que permite alcanzar niveis razoables de apancamento financeiro.

Valor económico directo xerado e distribuído (miles de euros)	2021	2020	2019
Ingresos ordinarios	4.791.772	5.051.067	4.835.650
Ventas netas distribución	4.541.380	4.807.439	4.584.227
Outros ingresos sen rendemento venta inmovilizado	250.409	243.628	251.423
Beneficio operativo (antes de deterioración, resultados venta inmovilizado e actividades non correntes)	185.475	252.411	193.840
Deterioro, resulta venta inmovilizado e activos non correntes	-63.913	-198.963	-162.602
Beneficio antes de financeiros e impostos	121.562	53.448	31.238
Resultado financeiro	33.147	-104.503	57.526
Participación beneficio/perdas das inversións aplicando método de participación	221	232	1.436
Imposto sobre as ganancias	-50.316	-26.740	-45.028
Resultado do exercicio	104.614	-77.562	45.173

Balance simplificado consolidado

ACTIVO (miles de euros)	31/01/2022	31/01/2021
Inmovilizado Material e inmobiliario	1.996.974	2.082.111
Fondo de Comercio e outros activos intanxibles	845.326	885.280
Activos Financeiros	189.923	208.601
Activos por impostos diferidos	284.799	336.915
TOTAL ACTIVOS NON CORRENTES	3.317.022	3.512.908
Existencias	368.275	380.697
Activos Financeiros	10.713	34.799
Debedores Comerciais e contas a cobrar	158.855	146.890
Activos por impostos sobre ganancias	2.589	2.983
Accionistas por desembolsos esixidos	2.248	2.061
Efectivo e outros medios líquidos equivalentes	213.359	317.563
Activos non correntes mantidos para a venta	3.385	3.385
TOTAL ACTIVOS CORRENTES	759.424	888.378
Total activo:	TOTAL 4.076.446	TOTAL 4.401.287

PATRIMONIO NETO E PASIVO (miles de euros)	31/01/2022	31/01/2021
PATRIMONIO ATRIBUÍDO A DOMINANTE	113.206	59.858
Intereses minoritarios	312.711	59.392
TOTAL PATRIMONIO NETO	425.921	119.250
Pasivos financeiros	2.286.496	2.580.810
Outros pasivos non correntes	35.594	49.267
Pasivos por impostos diferidos	196.092	212.803
TOTAL PASIVOS NON CORRENTES	2.518.181	2.842.880
Pasivos financeiros	139.071	359.105
Acredores comerciais e outras contas a pagar	989.088	1.072.284
Pasivos por impostos sobre ganancias	4.185	7.767
TOTAL PASIVOS CORRENTES	1.132.344	1.439.156
Total patrimonio neto e pasivo:	TOTAL 4.076.446	TOTAL 4.401.287

