



Contigo más que nunca

Memoria Corporativa 2022



Índice

Contigo más que nunca

Bienvenida

2022 de un vistazo

Un repaso al año
Nuestros datos

1 Más EROSKI

Misión, visión y valores
Gobierno corporativo

2 Más cercanos • Un modelo de negocio multiformato

Una red de tiendas dinámica
Diversidad de enseñas y negocios
Generamos valor a través de nuestras marcas
Más digitales
Competitivos y eficientes

3 Más comprometidos

Con la salud
Con la sostenibilidad ambiental
Con el entorno local
Con la sociedad

4 Más equipo • Comprometidos con el empleo de calidad

Un gran equipo humano
Formando para ser mejores
Con la igualdad y la diversidad por bandera
Conciliación

5 Más transparentes • Información financiera

Bienvenida

Carta de Rosa Carabel

Es cada vez más común empezar el análisis anual hablando de la incertidumbre. Y no faltan razones para hacerlo: primero, la crisis sanitaria que derivó en una crisis económica y social; ahora, una guerra en Europa que, además de la tragedia humana que implica, ha provocado un aumento significativo de los costes energéticos y de las materias primas. Todo ello, junto con otros factores, ha provocado que las economías evolucionaran por detrás de las estimaciones iniciales y que los niveles de inflación alcanzasen unas cifras que no se veían desde hace décadas. Si ponemos el foco en los costos de los alimentos, estaremos de acuerdo en que no recordábamos una situación como la que estamos gestionando. A pesar de todo, quiero resistirme a utilizar este término tan manido; para centrarme en lo que ha marcado nuestra gestión durante todo el año y utilizar dos palabras que resultan más apropiadas para describir la forma en la que nos hemos enfrentado a esta situación tan compleja: responsabilidad y compromiso.

Todas las actuaciones que hemos desarrollado este año han tenido por objeto ayudar, facilitar, mitigar y aliviar. Son términos que podrían utilizarse indistintamente como sinónimos de la responsabilidad e inquebrantable compromiso que tenemos con el consumidor. Se evidencian en todas y cada una de las decisiones y actuaciones que cada una de las personas que conformamos este proyecto hemos aplicado a lo largo de todo el ejercicio. En la actualidad, las empresas de nuestro sector están siendo injustamente cuestionadas, por ello desde EROSKI queremos dejar claro que siempre hemos estado, estamos y estaremos al lado del consumidor. Lamentablemente, a pesar de nuestros esfuerzos, no contamos con la capacidad para absorber la totalidad de los sobrecostes que afrontamos. Que no quepa duda de que nos hemos esforzado al máximo para implementar todas las medidas posibles que puedan reducir su impacto.

Gracias a nuestra firme convicción, hemos logrado transferir ahorro a las personas consumidoras a través

de una actividad promocional especialmente intensa, y de una vigilancia, seguimiento y ajuste fino del precio de nuestros lineales. Para ello, tomamos dos decisiones clave. En primer lugar, reducir nuestros márgenes comerciales con el fin de no trasladar al cliente la totalidad del incremento de los costos, y, como consecuencia, hemos impulsado una mayor eficiencia en todos los procesos internos, desde la logística y la gestión de tiendas, hasta nuestras plataformas y sedes centrales. Todos nos hemos responsabilizado de identificar oportunidades de ahorro para construir un plan eficaz y sostenible.

Estas dos decisiones han dado como resultado un incremento de la cesta de la compra notablemente inferior a la media del mercado.

Nuestras alianzas

En septiembre de 2022 se ha cumplido el primer aniversario de la alianza que nos une a EP Corporate Group en Cataluña y Baleares. Estamos realmente satisfechos de los resultados obtenidos que responden plenamente a los objetivos de negocio que nos habíamos planteado para ambos perímetros.

Uno de los principales pasaba por renovar la imagen y el compromiso con Cataluña mediante el relanzamiento de la marca Caprabo bajo el lema '*Benviguda la vida*'. La campaña ha sido el rostro visible de un plan estratégico que ha impulsado la expansión de la compañía que tendrá, además, su continuidad en los próximos años. Por otro lado, perseguíamos reforzar y consolidar nuestro compromiso con Baleares donde somos uno de los líderes consolidados del mercado, entre otras razones, por combinar como nadie un amplio surtido de productos locales a precios muy competitivos. Otra



de nuestras alianzas estratégicas es la que nos une a la Familia González Iglesias en Vegalsa-EROSKI, con los que celebraremos 25 años el próximo 2023.

Nuestra diferencia

La promoción del producto local, la sostenibilidad y la salud han seguido siendo una constante, a pesar de la complejidad que estamos gestionando. Creemos firmemente que estas son las palancas que marcan la diferencia. En 2022, hemos fortalecido nuestra apuesta por estos valores mediante la creación del primer *marketplace* de una empresa de distribución en España para productores locales, EROSKI Azoka, un espacio de encuentro entre nuestros clientes y los pequeños productores. Además, hemos renovado nuestro acuerdo con el Gobierno Vasco para el desarrollo del sector agroalimentario y con el sector transformador en Aragón para seguir siendo un actor clave en la región.

Nuestro compromiso con el productor se ha extendido a herramientas como el programa de acompañamiento mediante el cual estamos contribuyendo a que las pequeñas empresas productoras puedan diseñar la hoja de ruta que contribuya a que sus procesos sean sostenibles y sus productos de mejor calidad, en beneficio de todas las partes, en especial de las personas consumidoras.

Por otro lado, seguimos poniendo foco en la alimentación de nuestros "pequeños" a través de nuestro programa de formación en hábitos de alimentación saludable que un año más ha llegado a cientos de colegios y miles de alumnos.

Un año más la contribución social de EROSKI, unida a las generosas aportaciones de los clientes a las distintas causas propuestas a lo largo de estos doce meses es fundamental para entender el impacto de nuestra organización. Han sido 23 millones aportados en solidaridad y acción social; apoyo a las familias y colectivos con necesidades especiales; formación e información al consumidor y cultura, ocio y entorno local. Sin olvidar nuestra mirada global de contribución a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en virtud de la adhesión de EROSKI al Pacto Mundial.

Nuestras decisiones difíciles

El 2022 quedará en nuestra memoria por ser el año en el que hemos cerrado el acuerdo con el Grupo Iberostar traspasándole el 100% del negocio de Viajes EROSKI. Ha sido una decisión difícil pero responsable y consistente con el objetivo de garantizar el futuro del negocio y, por ende, del futuro laboral de las personas. Estamos profundamente orgullosos de lo que Viajes EROSKI ha supuesto para toda la sociedad. Nació hace más de cuatro décadas con la ambición de ofrecer un servicio de calidad en un momento de ebullición del turismo como industria. Hoy ese proyecto tendrá su continuidad en el seno de una de las empresas líderes del sector. Desde aquí gracias a todas las personas que habéis formado parte de nuestra historia.

Las personas

Sin duda nuestro principal activo son las personas que conformamos este proyecto y en este ejercicio quisiera destacar la capacidad de adaptación y la flexibilidad que han demostrado a lo largo de un año complejo que ha requerido de un esfuerzo extraordinario en todas y cada una de las áreas, plataformas y tiendas de la organización. Es necesario agradecer y reconocer la profesionalidad y maestría con las que hemos gestionado esta situación de cambio permanente.

Personalmente, ha sido un año especial para mí. Es la primera vez que escribo esta carta como líder de un proyecto empresarial que me enorgullece, que tiene una raíz y un alma cooperativa que nos hace ser como somos y hacer las cosas como las hacemos. Queremos transmitir nuestros valores a la sociedad: igualdad, sostenibilidad, solidaridad y reparto equitativo de riqueza. Creemos que son valores a los que deberíamos aspirar como sociedad. Tenemos el claro propósito de contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad y a su transformación. Apostamos por ser un referente claro para las personas consumidoras y queremos evolucionar con ellos ofreciendo respuestas y aportando soluciones a las necesidades que tenga en cada etapa vital. En este año 2023 continuaremos estando al lado de los consumidores. Contigo más que nunca.

Rosa Carabel
CEO de EROSKI

Carta de Leire Mugerza

Si me pidieran un titular para las siguientes líneas, Gracias sería, probablemente, la palabra que de forma más certera pudiera condensar lo que van a leer a continuación. Gracias a los equipos de personas que formamos EROSKI por el esfuerzo, por la dedicación y por la pasión.

La contribución de las personas, como digo, ha sido esencial para entender la forma en la que nuestra organización ha respondido a un periodo claramente marcado por una alta inflación, en especial, en lo que se refiere a los productos de alimentación. Los mensajes simplistas y demagógicos hacen que la opinión pública no pueda distinguir entre las distintas actividades empresariales, porque no se consigue diferenciar entre sectores o no se discriminan unas empresas de otras. Sirvan estas palabras para reivindicar que no es lo mismo un modelo que otro. En ocasiones se tiende a vaciar de contenido el sentido de EROSKI como asociación de consumidores, como cooperativa de consumidores, y esta es una diferencia clara en el sector. Porque todo lo que genera, se reparte entre sus propietarios, que son las personas socias de consumo y las socias de trabajo, decidimos y abordamos la gestión del negocio pensando en ambos colectivos, porque participamos ambos en la decisión. Es una realidad que busca un reparto equilibrado de la riqueza que se genera como empresa de distribución, es un diferencial en como decidimos y como lo aplicamos, y se puede apreciar con hechos la validez del discurso. Es lo que somos y lo que sirve de hoja de ruta para entender por qué actuamos de esta forma.

Porque el consumidor es nuestro centro, en este periodo hemos hecho un gran esfuerzo por no trasladar la totalidad de los sobrecostos en el precio de venta al público, reduciendo el margen de beneficio de la empresa, aquella que pertenece a sus 9.500 personas socias de trabajo y a la sociedad en la que reinvierte sus resultados.

Transparencia en la información

Una de las formas de evidenciar nuestro compromiso con los consumidores y la sociedad, son los 10 compromisos de salud y sostenibilidad, que enmarcan muchas actuaciones definidas de forma conjunta con miles de consumidores y explicitados y compartidos entre todas las personas. La transparencia con el consumidor, nuestro socio, es uno de ellos.

La misma transparencia que aplicamos en el traslado de los mensajes anteriores, existe a la hora de ofrecer nuestro surtido en las tiendas. La demanda de información por parte de los consumidores en la configuración de su cesta de la compra es uno de los rasgos más distintivos de los nuevos tiempos. La confianza en elementos tangibles como el producto o intangibles como la marca han ganado en relevancia para el cliente a la hora de definir sus hábitos de compra. Es un factor esencial para EROSKI. Prueba de ello han sido los dos nuevos sistemas de etiquetado que hemos introducido en 2022. El primero, pionero en la distribución alimentaria nacional, nos muestra de forma sencilla y visual el impac-

to global de un determinado producto en el medio ambiente. Una iniciativa que se irá enriqueciendo con la opinión de los miles de consumidores a los que EROSKI ha preguntado.

La segunda etiqueta incide en la apuesta de la organización por una alimentación más ética y sostenible con el bienestar animal como vértice: un sistema de clasificación propio que ayuda a identificar las características de la crianza de la carne de pollo y, de esta forma, facilitar el conocimiento y el fomento de un necesario espíritu crítico que nos hace avanzar como sociedad.

Compromiso social

Si por algo ha destacado el 2022 es por la dureza que ha supuesto ser testigos del inicio de una cruenta guerra que ha afectado al corazón de Europa y a miles de personas, incluidas familias enteras, niños y niñas. No hay alivio posible para aquellos que lo han perdido todo, pero desde EROSKI hemos querido contribuir al trabajo que sobre el terreno realizan organizaciones como UNICEF para socorrer a las personas afectadas. Una vez más los clientes y clientas han sido decisivos en la contribución de más de 560.000 euros en la campaña de emergencia de ayuda humanitaria. No es la primera vez y, desgraciadamente, no será la última, pero nosotras actuaremos siempre, porque la solidaridad no es una acción puntual, es parte de lo que somos.

Cooperativismo. No es la meta sino el camino

Me van a permitir que dedique las últimas líneas de esta carta a ensalzar el modelo empresarial que, sin lugar a dudas, ha situado a EROSKI en la posición en la que está. Un modelo justo; democrático; que promueve la igualdad y la diversidad; que genera y reparte la riqueza de forma equitativa. Un modelo en el que creemos firmemente. Nuestro modelo. Ser cooperativa nos refuerza en los valores que queremos trasladar a la sociedad. Todo lo que hacemos, desde nuestra oferta comercial hasta nuestros 10 Compromisos saludables y sostenibles, existe porque somos cooperativa. Y esto, nos hace más fuertes. Juntos multiplicamos lo que aportamos a la sociedad, a los propietarios de este proyecto, que son nuestros socios y socias de trabajo y de consumo. Porque queremos seguir avanzando para lograr que el proyecto cooperativo, con valores ligados a la solidaridad e intercooperación, sea el mejor lugar para nuestras socias y socios de trabajo y de consumo, por lo que hacemos y cómo lo hacemos. Juntos, somos más. EROSKI contigo.



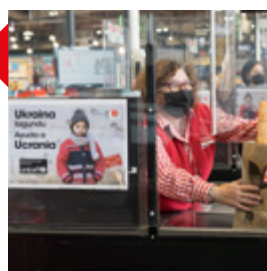
Leire Mugerza
Socia Consumidora y
Presidenta del Consejo Rector de EROSKI, S. Coop.

2022 de un vistazo

Un repaso al año

Febrero

Recaudamos más de 560.000 euros en la campaña de emergencia de ayuda humanitaria para las personas damnificadas por la guerra en Ucrania, canalizada a través de UNICEF.



Marzo

Desarrollamos una nueva herramienta al servicio de los productores agroalimentarios, para que evalúen sus prácticas siguiendo criterios ESG.



Agosto

Lanzamos EROSKI Azoka el primer marketplace destinado a ofrecer a pequeños productores del País Vasco la posibilidad de comercializar sus productos online.



Septiembre

Nos alzamos con tres galardones de los Premios Comercio del Año 2022-2023 en las categorías de 'comercio online', 'supermercados de proximidad' y 'franquicias', y con los premios 'Servicio de atención al cliente del año' por EROSKI Online y EROSKI Club, organizados por Sotto Tempo Advertising.



Abril

Nos unimos al Compromiso Europeo del Pollo (ECC) para los productos de marca propia. Un acuerdo que impulsa la mejora de los estándares de bienestar animal.



Mayo

Firmamos junto al Departamento de Desarrollo Económico, Sostenibilidad y Medio Ambiente del Gobierno Vasco un convenio de colaboración para fortalecer y desarrollar la industria agroalimentaria local en los tres territorios vascos.



En Caprabo diseñamos la campaña de comunicación 'Benvinguda la vida' con la que se ha recorrido el territorio catalán. Protagonizada por mujeres jóvenes, la campaña apuesta por la innovación, sin abandonar los valores tradicionales de la marca.



Octubre

Nos convertimos en la primera empresa de distribución en España en implantar un nuevo etiquetado ambiental en una docena de productos de marca propia, con el fin de aportar al consumidor información útil para una decisión de compra más responsable.

Diciembre

Lanzamos la campaña de Navidad centrada en facilitar el ahorro a los clientes. Para ello mantenemos los precios de las Navidades del año anterior en una decena de productos básicos de este periodo.



Noviembre

Alcanzamos los 600 establecimientos franquiciados, la mitad de los cuales se ha puesto en marcha en los últimos cinco años.

Junio

Ponemos en circulación en Pamplona (Navarra) nuestro primer camión de reparto 100% eléctrico, investigando así la viabilidad de las distintas opciones de movilidad sostenible.



Julio

Rosa Carabel recoge el testigo de Agustín Markaide y se convierte en la CEO, primera ejecutiva, de EROSKI.



Enero 2023

Inauguramos un nuevo hipermercado de Vegalsa-EROSKI en el centro comercial Nasas Nigrán, con una inversión de más de 4 millones de euros.



Nuestros datos

 **5.476 M€**
de facturación

 **1.656**
establecimientos

 **3.663** empleos
estimados en
franquicias

 **468.615** personas
atendidas a través
del Servicio de
Atención al Cliente

 **+6.400.000**
Socios Cliente

78 aperturas y 
1 nuevo mercado *online*:

 **EROSKI azoka**



Nutri-Score **100%** implementado en
los productos de marca propia

Hemos evitado el
desperdicio de
 **+ 68.000**
comidas

 **97%** residuos
destinados a reciclaje
o valorización



32.734 personas han utilizado el servicio
de información nutricional de EROSKI Club



Más de **2.300**
productos sin gluten

963 auditorías a puntos
de venta y plataformas

 **3.468** proveedores
comerciales
nacionales (95%)

+ 21.000 
productos locales,
de los cuales

 **2.065** productores
agroalimentarios (59,5%)

1.529 han sido
nuevas altas

 **27.308** personas
trabajadoras

 **77%** mujeres
en la plantilla



74% puestos de responsabilidad
ocupados por mujeres



Premios

Consumo de Euskadi
Comercio Euskadi del año



Comercio del
Año 2022-2023



'Empresa con la mejor
atención al cliente del año',
de Sotto Tempo Consulting por
EROSKI Online y EROSKI Club,
Capraboacasa y Club Caprabo

Pacto Verde del
Ayuntamiento de
Vitoria-Gasteiz

Reconocimiento a la
trayectoria profesional de Rosa
Carabel. AED Bizkaia

Premio ARDÁN de
Excelencia Empresarial.
Vegalsa- EROSKI

1 Más EROSKI



En EROSKI nos apoyamos sobre la responsabilidad y la honestidad a la hora de dar respuesta a las inquietudes y expectativas de nuestros grupos de interés.

Apostamos por la responsabilidad, porque somos conscientes del impacto de nuestro negocio y

buscamos la sostenibilidad en nuestras acciones. Asumimos el compromiso, porque nos esforzamos por generar valor y mejorar la calidad de vida de nuestros grupos de interés. Y nos define la honestidad, porque creemos que la transparencia genera confianza, credibilidad y solidez.

Misión

Somos un grupo de distribución de productos y servicios de gran consumo configurado en régimen cooperativo. Queremos ser distinguidos por:

- Integrar al cliente, escucharle y satisfacerle de forma impecable.
- El elevado compromiso e implicación de las personas que lo componen.
- Presentar unas tiendas acogedoras, saludables y en permanente innovación.
- Obtener los beneficios que nos permitan generar más riqueza y realizar una distribución de ella en régimen de solidaridad.
- Integrar en la estrategia un firme compromiso con la salud y el bienestar de las personas consumidoras y con el desarrollo sostenible de la sociedad.

Visión

Ser la tienda preferida por las personas consumidoras para comprar.

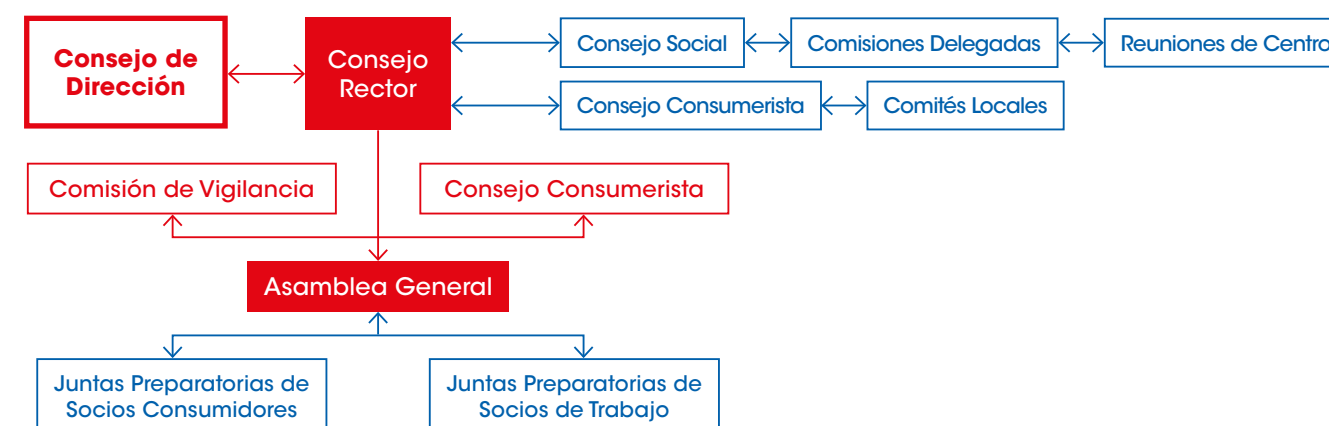
Valores

- **Cooperación:** propietarios y protagonistas.
- **Participación:** compromiso en la gestión.
- **Innovación:** renovación permanente.
- **Responsabilidad social y ambiental:** distribución solidaria de la riqueza e implicación en el entorno.
- **Compromiso:** comprometidos con el Socio Cliente y el consumidor.

Gobierno corporativo

Nuestro modelo de gobierno cuenta con una estructura perfectamente definida y separada con respecto a la toma de decisiones, garantizando así una eficaz y coordinada gestión entre todas las partes. El Consejo de Dirección, de carácter ejecutivo, propone y diseña las políticas y la estrategia de la organización. El Consejo Rector tiene como función hacer seguimiento a la gestión y aprobar las políticas propuestas por el ejecutivo.

Estructura de gobierno en EROSKI, S. Coop.



Alianzas estratégicas



Vegalsa-EROSKI es la alianza creada en 1998 entre el Grupo EROSKI y la Familia González Iglesias referente en la distribución alimentaria en Galicia. Actualmente desarrolla también su actividad en las comunidades limítrofes de Asturias y Castilla y León. Vegalsa-EROSKI implementa el modelo de buen gobierno de Grupo EROSKI, que compagina con responsabilidades y competencias propias, consensuadas con el Grupo y desarrolladas a través de sus órganos de gestión y gobierno propios.

SUPRATUC2020 S.L.

Supratuc2020 es la alianza creada en 2021 entre el Grupo EROSKI y EP Corporate Group que tiene como ámbito de actuación Catalunya y Baleares. Supratuc2020 implementa el modelo de buen gobierno del Grupo EROSKI que compagina con responsabilidades y competencias propias consensuadas con el Grupo y desarrolladas a través de órganos de gestión propios, coparticipados por ambos aliados.

2

Más cercanos Un modelo de negocio multiformato

Una red de tiendas dinámica

Contamos con un modelo de empresa multiformato diseñado para dar respuesta a las diferentes necesidades de nuestra clientela. Así, nuestra oferta cubre un amplio espectro de necesidades que van desde la alimentación –nuestro negocio principal– hasta gasolineras, tiendas de productos deportivos, ópticas y seguros.

Para poder ofrecer un servicio de garantías disponemos de una red comercial diversificada y eficiente, formada por:

1.656 establecimientos físicos

1.399 de
alimentación

247 negocios
diversificados

1.180.000 m²
de superficie comercial

10 tiendas *online* para los negocios de alimentación, material deportivo y seguros

Nuestro propósito de crecer en la zona norte de España es firme. Así, en 2022 hemos abierto:

78 nuevas
tiendas

11 propias
67 franquiciadas

El nuevo mercado *online*:

EROSKI azoka

Destaca la expansión de la red comercial de Caprabo que ha incorporado 18 nuevos establecimientos gracias a una inversión superior a los 6,1 millones de euros.



Inauguramos un supermercado en Amorebieta (Bizkaia) que dispone de una sala de ventas de más de 1.280 m² y sigue los parámetros establecidos por nuestro nuevo modelo energético.

Estrenamos en Sorluze (Gipuzkoa) un nuevo supermercado inclusivo junto a GUREAK.



Abrimos una tienda propia en Sant Joan Despí (Barcelona).

Vegalsa-EROSKI inauguró un nuevo hipermercado en Pontevedra, en el centro comercial Nasas Nigrán.



"El asesoramiento comercial y el apoyo continuado durante todo el año es lo que más valoran y nos diferencia del resto. Siendo una empresa de base cooperativa de trabajadores y consumidores, entendemos las incertidumbres del emprendedor y sus necesidades"

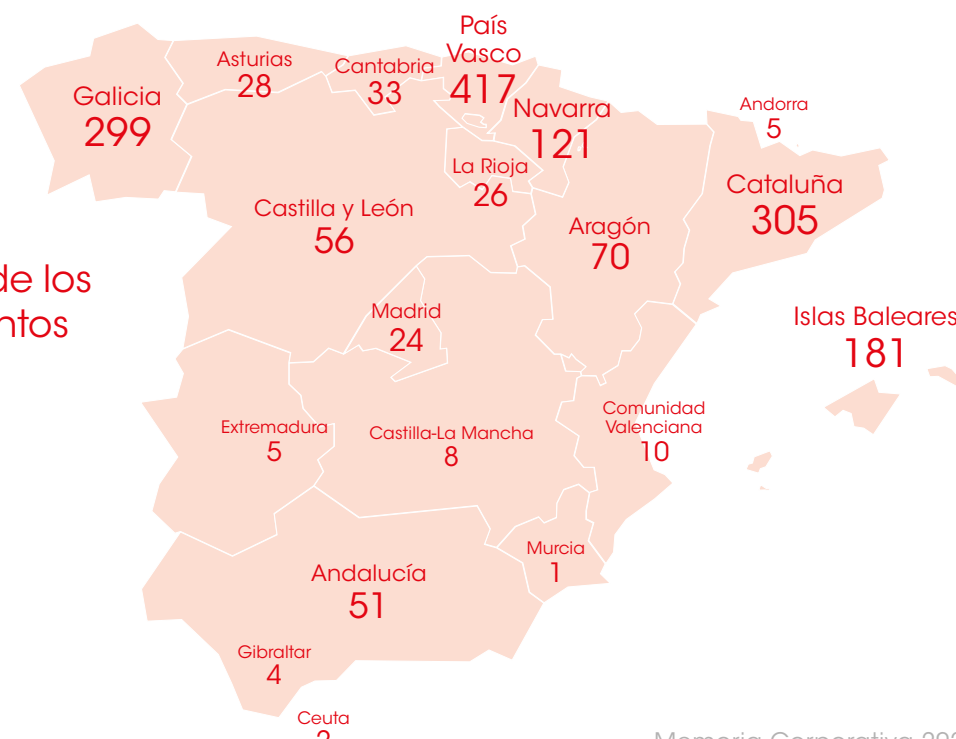
Alberto Cañas. Director de Franquicias



Hemos alcanzado los **600** establecimientos franquiciados, de los cuales **294** han sido inaugurados en los últimos cinco años.



Distribución de los establecimientos físicos por Comunidad Autónoma



Diversidad de enseñas y negocios

Negocios en 2022	Propias	Franquiciadas	Total
Hipermercados	36	0	36
Supermercados	743	603	1.346
Cash&Carry	17	0	17
Gasolineras	40	0	40
Ópticas	11	0	11
Agencias de viaje ¹	104	25	129
Ocio y deporte ²	66	1	67
Tiendas online	10	0	10
Total	1.027	629	1.656

1. El negocio de Viajes EROSKI fue traspasado en marzo del 2023
2. Incluye las enseñas FORUM SPORT y Doers.



Generamos valor a través de nuestras marcas

Trabajamos para ofrecer los mejores productos con una excelente relación calidad-precio, porque queremos satisfacer las expectativas de nuestros clientes y sorprenderles con la amplia variedad de nuestra gama.

En 2022 hemos incorporado 320 nuevas referencias de marca propia, un 22% más que el año anterior. Hemos lanzado, además, una nueva marca: EROSKI Veggie, con 17 referencias.



	Productos	Descripción
	2.492	Amplia gama de productos que ofrece todo lo que necesitas con la mejor relación calidad/precio garantizada.
	210	Lo mejor de lo mejor. Productos testados por el Basque Culinary Center.
	456	Productos frescos de producciones más responsables con todo el sabor, total trazabilidad y calidad controlada, de los mejores orígenes y en su mejor momento.
	105	Nueva marca lanzada en 2020 para productos con certificación ecológica que garantiza que han sido producidos en las mejores condiciones de protección al medio ambiente.
	17	Nueva marca lanzada en 2022 para productos con sello V-Label que garantiza que son aptos para las personas veganas.
	366	Productos de cosmética, higiene y cuidado personal sin parabenos ni triclosán, dermatológicamente testados y al mejor precio.
	223	Producto de consumo ordinario, para todos los días, con todas las garantías de calidad de EROSKI a precio más bajo.
	1.082	Ropa y calzado con diseños propios y la mejor relación calidad/precio.
	66	Ropa y equipamiento deportivo con diseños propios y la mejor relación calidad/precio.
	26	Aparatos electrónicos y electrodomésticos con diferentes niveles de funcionalidad y la mejor relación calidad/precio.
Total	5.043	



Tienda EROSKI/City Calixto Díez (Bilbao)

Enseñas de supermercados en 2022	Propias	Franquiciadas	Total
	310	301	611
	192	107	299
	164	3	167
	0	103	103
	76	0	76
	0	43	43
	1	46	47
Total	743	603	1.346

Más digitales

En 2022 mantenemos nuestra apuesta por la estrategia omnicanal, para que nuestros clientes tengan una experiencia única y diferencial en cualquiera de los canales de compra disponibles.

Ecosistema digital



10 tiendas online:

Supermercado online,
Electrónica / Electrodomésticos,
Descanso, Seguros



App EROSKI



1,8 millones de
descargas
142% aumento de
usuarios/mes



App
Caprabo



App
FORUM
SPORT



Además, ofrecemos distintos canales para ampliar la oferta y las posibilidades adaptadas a los usos y necesidades de nuestros clientes, como:



15 puntos
Click&Drive



44 puntos
Click&Collect



5 taquillas
inteligentes

"Hemos ampliado nuestra propuesta comercial de productos de no alimentación hasta alcanzar los 3.500 y hemos extendido nuestra red de puntos de recogida Click & Drive, Click & Collect y taquillas, donde los clientes pueden recoger sus pedidos de forma gratuita en unas horas"

Mari Mar Escrig
Directora de E-commerce



En 2022 hemos recibido el galardón 'WebShop del año' en la categoría de supermercado online, de los Premios Comercio del Año 2022-2023.



Competitivos y eficientes

Buscamos constantemente incrementar la eficiencia en los procesos de sedes, puntos de venta y logística para poder trasladar un mayor ahorro a la clientela. Las herramientas para lograrlo pasan por la innovación y la mejora de la tecnología.

Seguimos avanzando



Transporte

- Optimizamos rutas de distribución a través de planes de reducción de costes, ajustando franjas horarias de entrega, integración de procesos, etc.
- Implantamos plataformas lanzadera de distribución para optimizar la flota y los kilómetros recorridos.
- Mejoramos el volumen de llenado de camiones en las rutas de larga distancia.
- Reducimos kilómetros en vacío a través de líneas de colaboración con los operadores de transporte.



Plataformas

- Nueva Plataforma de Sigüeiro, más moderna y eficiente y con la implantación de automatización para la preparación de refrigerado con stock.
- Remodelación de la plataforma de San Agustín de Guadalix (Madrid):
 - Implantación de placas fotovoltaicas.
 - Remodelación del centro de transformación.
 - Cambio de cubierta para mejorar el aislamiento térmico.
- Iluminación LED en todas nuestras plataformas.



Tiendas

- El nuevo modelo energético de nuestras tiendas implica:
- Utilización de refrigerantes naturales a través de un sistema de CO₂.
 - Instalación de mobiliarios de frío con últimos avances en I+D.
 - Sistema de iluminación LED inteligente y autorregulado.
 - Eficiencia energética en la climatización, a través de las mejoras en el aislamiento térmico y aprovechamiento del frío y el calor externo.

Logística moderna y ecoeficiente

En 2022 hemos continuado con el proyecto global de rediseño del mapa de plataformas de productos frescos, que busca la modernización y la mejora de la eficiencia de nuestra cadena de valor. Con este proyecto trabajamos en la renovación física de las instalaciones para proveerlas de tecnología puntera que permita un tratamiento óptimo de cada tipo de producto fresco, en términos de temperatura, manipulación y almacenamiento.

Nuestra red logística

23 plataformas propias
10 plataformas de terceros
384.034 m² de superficie de almacén
Capacidad para la distribución de **un millón** de cajas al día

"Nos obsesiona trasladar al consumidor la mejor propuesta comercial y hacerlo de forma responsable y al mejor precio. Es por ello que el servicio, la sostenibilidad y la eficiencia guían nuestras actuaciones en todas las operaciones y procesos de la organización. Usamos la innovación, analítica avanzada, tecnología, automatización y digitalización en cada uno de los procesos, desde la granja a la casa del consumidor, para conseguir hacerlos más eficientes y sostenibles, trasladando millones de euros de ahorro a los clientes, mejorando las condiciones de trabajo y reduciendo el impacto medioambiental"

Enrique Monzonis. Director de Innovación, Logística y TIC



Innovación para adaptarnos a las tendencias

Durante este ejercicio hemos destinado más de 11,7 millones de euros a proyectos de innovación y desarrollo, participado en 20 iniciativas destinadas a este fin, nueve de ellas pertenecientes a proyectos de colaboración europeos con centros tecnológicos, universidades y startups de todo el continente.

3 Más comprometidos



Con la salud

En EROSKI nos comprometemos con la seguridad alimentaria como el único fundamento válido para cimentar una propuesta robusta en términos de salud y bienestar. Nuestro Modelo de Gestión de Calidad garantiza que el producto final que llega a las personas consumidoras ha pasado todos los controles de seguridad. Así nos distinguimos por:

- Ser la única empresa certificada por MSC para comercializar pesca sostenible a granel en mostrador.
- El control y la mejora de la cadena de frío.
- La evaluación continua de los procesos de tienda.
- El procedimiento para gestionar las alertas de seguridad alimentaria.



Seguimos avanzando en nuestros 10 Compromisos por la Salud y la Sostenibilidad

- | | |
|---|---|
|  Nos implicamos con la seguridad alimentaria |  Ofrecemos más productos locales |
|  Promovemos una alimentación equilibrada |  Facilitamos comer bien a buen precio |
|  Prevenimos la obesidad infantil |  Actuamos desde la escucha, con claridad y transparencia |
|  Atendemos las necesidades nutricionales específicas |  Nos cuidamos como trabajadores y trabajadoras |
|  Favorecemos un consumo responsable |  Impulsamos un estilo de vida más saludable |

"Nuestros 10 Compromisos son transversales a toda la organización y nos marcan el camino para seguir facilitando una alimentación saludable y sostenible para las personas consumidoras"

Alejandro Martínez Berriochoa
Director de Salud y Sostenibilidad



Modelo de Gestión de Calidad del Grupo EROSKI

En 2022 hemos realizado:

 **963** auditorías de calidad en nuestros puntos de ventas y plataformas logísticas

 **306** auditorías en plantas de producción de proveedores de marca propia

 **41** auditorías de plantas de producción de proveedores de otras marcas

En total, hemos llevado a cabo:

 **33.375** controles analíticos, tanto químicos, microbiológicos como genéticos

En 2022 hemos certificado la calidad de los combustibles del 100% de nuestras gasolineras con el laboratorio Intertek.



Más productos con mejores cualidades nutricionales

Además de velar por la calidad, estudiamos la composición de los productos para mejorar su perfil nutricional. Las medidas tomadas en este ámbito son:



100% productos de marca propia cuentan con el etiquetado Nutri-Score

El **70,3%** de nuestra gama de marca propia ha tenido una valoración Nutri-Score A, B o C

Los productos A, B y C han supuesto el **80,7%** de las unidades vendidas y el 73% de las ventas totales de los productos con Nutri-Score



Siguiendo los criterios de AESAN, contamos con:



186
productos
bajos en
grasa



62
productos
bajos en
azúcares



36
productos
bajos en
sal



140
productos
altos en
fibra



Asimismo, atendemos necesidades nutricionales especiales, como por ejemplo, la intolerancia al gluten o a la lactosa. Para ello, contamos con 558 productos sin gluten en nuestra oferta, y colaboramos con asociaciones que atienden a las personas celiacas, a través de EROSKI Club y Club Caprabo.



Firma del convenio entre EROSKI y la Asociación de Celiacos de las Islas Baleares

Consumer: más información al alcance de todas las personas consumidoras

Este proyecto divulgativo busca promover hábitos de vida saludables y sostenibles en los consumidores y consumidoras. Anualmente se distribuyen 1.365.052 revistas impresas y contamos con 38.229.481 visitas al portal web y 117.950 seguidores en redes sociales (Facebook, Twitter y Youtube). Este año nos sentimos orgullosos por los siguientes hitos:

- Lanzamiento de EROSKI Consumer en formato digital, 100% adaptado al móvil.
- Nueva web www.consumer.es.
- Premio de Consumo de Euskadi por la labor de la publicación a favor del consumo responsable.
- Renovación de la [Guía del Bebé EROSKI Consumer](#).
- Nueva [Guía del Camino de Santiago](#).

Consumer EROSKI



Hábitos saludables desde la infancia

Apostamos por la educación desde la infancia para promover el cambio hacia una alimentación saludable y responsable. Por ello, impulsamos los Programas Educativos en Alimentación y Hábitos de Vida Saludables (PEAHS) que ofrecen herramientas formativas a niños y niñas sobre estos temas de una manera didáctica y lúdica.

Durante el curso 2021/2022 han participado en los PEAHS:



159.442 estudiantes
de **1.853** colegios de
todo el Estado



Indicador de obesidad infantil

La Fundación EROSKI y Caprabo pusieron en marcha en 2021 una acción de medición y seguimiento anual de la prevalencia de sobrepeso y obesidad infantil en diferentes comunidades autónomas. En 2022 hemos elaborado y enviado a los colegios participantes los informes individuales con los resultados obtenidos y con propuestas de mejora personalizada.

1.800 alumnos/as participantes
9 comunidades autónomas
Tasa de sobrepeso: **22,31%**
Tasa de obesidad: **8,76%**

Con la sostenibilidad ambiental

Tenemos la convicción de que cuidar de nuestro entorno natural es fundamental tanto para el éxito de nuestra actividad como para impulsar una sociedad más sostenible. Somos conscientes de nuestra responsabilidad irrenunciable con el medio ambiente y queremos, además, promover este compromiso en toda nuestra cadena de valor.

"Trabajamos para la mejora ambiental de EROSKI con el ecodiseño de nuestros productos y envases, que garantiza que sean más sostenibles; con medidas de ecoeficiencia y gestión circular de los residuos en nuestras tiendas y procesos logísticos, que reducen nuestra huella de carbono; y con transparencia y formación a los consumidores, que les ayudan a tomar decisiones de compra responsables"

Cristina Rodríguez
Responsable de Sostenibilidad



Más productos ecológicos y sostenibles

En EROSKI trabajamos por ofrecer una amplia gama de productos con certificaciones que garanticen producciones en línea con criterios de sostenibilidad:



+1.400 productos ecológicos dentro de nuestra oferta comercial

En 2022 incorporamos **15 nuevas** referencias de producto Bio/Eco, alcanzando un total de **105**



441 mostradores y **8** plataformas logísticas de pesca certificadas por MSC y GGN



100% de nuestro atún en conserva cumple con los principios de ISSF



17 productos belle NATURAL con certificación COSMOS Natural de ECOCERT



456 productos de nuestra marca EROSKI NATUR con certificaciones como GlobalG.A.P., Producción Integrada o de bienestar animal



395 productos con sello FSC®, PEFC, o SFI



Bienestar animal

Impulsamos y nos adherimos a diferentes iniciativas que garantizan el bienestar animal en nuestra oferta de productos:

- Compromiso Europeo del Pollo en la marca propia en 2026: tanto en producto fresco y congelado como en productos elaborados que contengan pollo en una proporción superior al 50% de la receta.
- Nuevo etiquetado a la carne de pollo de marca propia que ayuda a reconocer las características de su crianza.
- Eliminación de los huevos de gallinas enjauladas como ingrediente en toda nuestra marca propia en 2025.
- No comercialización de huevos de gallinas enjauladas de ninguna marca en 2024, que ya se ha cumplido al 100% en Caprabo.
- Certificado de bienestar animal Welfair en el 100% de las carnes blancas de nuestra marca propia, así como en la carne de cerdo EROSKI Natur y el Ternasco de Aragón EROSKI Natur.



Pesca sostenible

Somos la única cadena de distribución minorista certificada en cadena de custodia MSC y GlobalG.A.P. Hemos vendido 5.059 toneladas de pescado certificado tanto fresco, como congelado y en conserva. Además, en 2022 hemos vendido 2.597 toneladas de conservas de atún capturado con artes de pescas sostenibles.



Más ecodiseño en los envases



En EROSKI tenemos la meta de que nuestros envases sean **100% reciclables, compostables o reutilizables en 2025** y reducir al menos un **20%** las toneladas de **plástico convencional comercializadas**.



En 2022 hemos alcanzado un total de **307 envases ecodiseñados**, de los cuales **188** se han sumado **este año**.



Hemos analizado los datos de **3.352 referencias de 390 proveedores** para medir su huella plástica y reciclabilidad.



Gracias a estas acciones, **se han evitado 966 toneladas de plástico al año**.



Nos hemos convertido en la primera empresa de distribución en España en implantar un nuevo etiquetado ambiental en una docena de productos de marca propia. Se trata de **Planet-Score**, una etiqueta que comunica, en una escala de letras y colores, el impacto ambiental del producto.

Más ecoeficiencia



Tenemos el compromiso de alcanzar la neutralidad de carbono en 2050



Hemos puesto en marcha nuestro primer camión eléctrico en Navarra. Se trata del primero que utiliza una cadena de distribución en la región y se estima que permitirá evitar la emisión de 27,6 toneladas de CO₂ al año.

AECOC nos concede la segunda estrella Lean&Green, por reducir más de un 30% la huella de carbono de logística desde 2015. El próximo objetivo es reducir un 5% más en los próximos dos años.



Juan Luis Arambarri, director de transporte recibe el reconocimiento.

Algunas medidas para ser más ecoeficientes:

■ Cierre de muebles de frío, uso de refrigerantes menos contaminantes.

■ Nuevas plataformas y tienda de Lakua-Arriaga construidas según las exigencias del certificado LEED oro.

■ Mejoras en las rutas y vehículos para el transporte de los productos.

Más circularidad

En EROSKI desarrollamos distintas iniciativas para gestionar los residuos que van desde acciones para evitar el desperdicio alimentario hasta estrategias de reciclaje y reutilización de los residuos.

Comercializamos

787 toneladas de frutas y hortalizas feas en toda nuestra red

13.375 toneladas de productos con descuentos, próximos a alcanzar fechas de consumo preferente o caducidad

84.850 paquetes de productos próximos a caducar o alcanzar la fecha de consumo preferente a través de la app Too Good to go.

Vegalsa-EROSKI obtiene el certificado AENOR de proyecto de economía circular de plásticos



Destinamos

3.632 toneladas de alimentos al año a cientos de entidades sociales

5.369 toneladas de residuos orgánicos a materia prima para la fabricación de harinas y aceites animales y de piensos para alimentación animal

Reciclamos (a través de terceros)

24.960 toneladas de papel, cartón, madera, plástico y otros

740 toneladas de textil

109 toneladas de cápsulas de café

61 toneladas de aceite usado



Reducimos

Un **13%** (respecto a 2021) el consumo de papel

Reutilizamos

4.989.326 palés y **41.180.841** cajas plásticas

Con el entorno local

Muy de aquí

Entendemos que una alimentación sostenible pasa, también, por aprovechar las múltiples oportunidades que suponen los productos locales desde una triple perspectiva:

- **Medioambiental:** menos transporte y más promoción a variedades locales que garantizan así su pervivencia frente a la tendencia homogeneizadora de una producción masiva.
- **Social:** Más riqueza y empleo de calidad que redundan en beneficios para las comunidades.
- **Cultural:** Más apoyo a la preservación de las tradiciones y la cultura gastronómica.

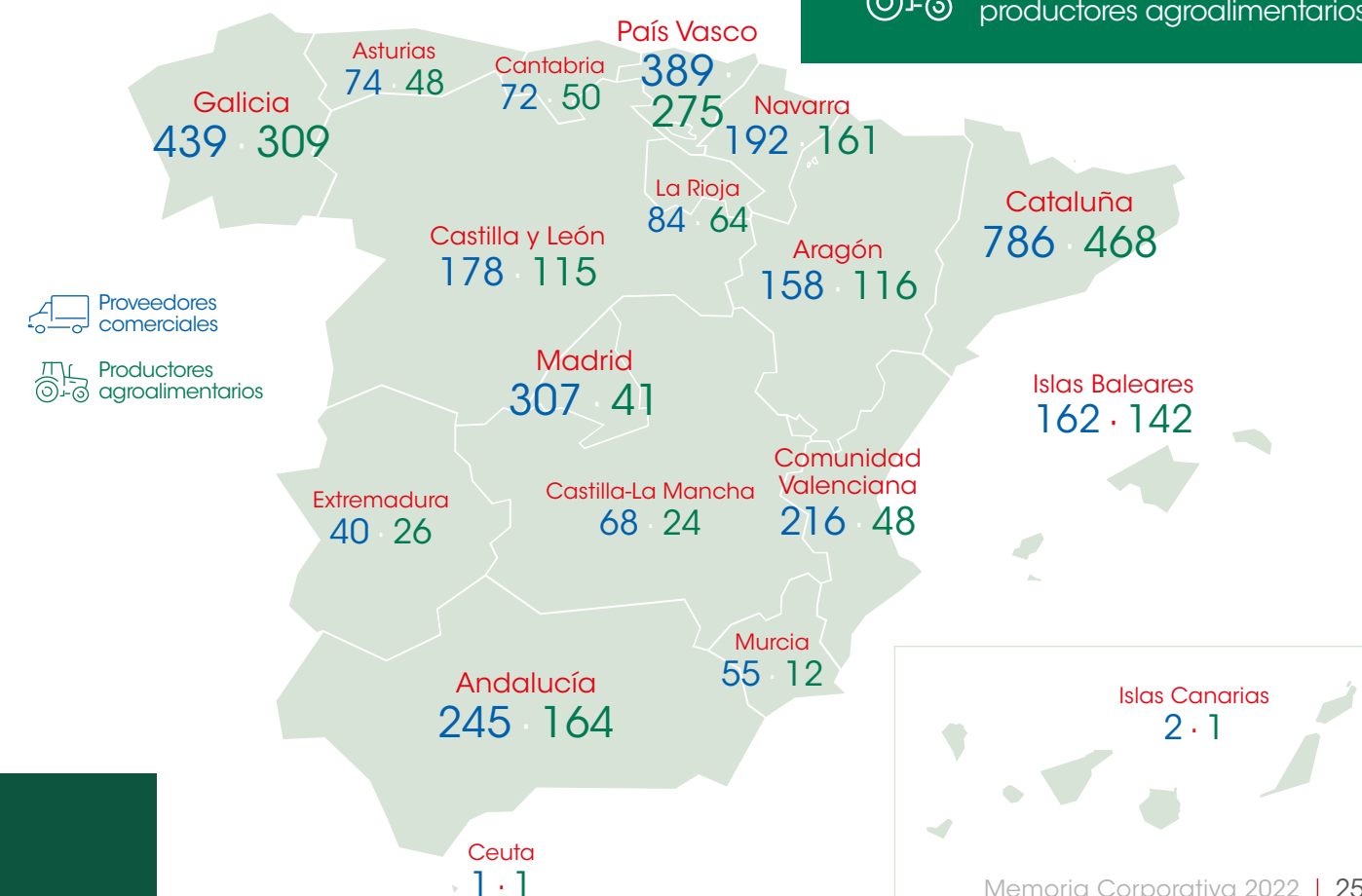
Nuestra relación con el entorno va más allá del apoyo comercial y se adentra también en un compromiso con la generación de empleo y con el apoyo a las comunidades aledañas a través de la solidaridad con causas sociales.

"Seguimos estando cerca del productor local, este año más, si cabe, ayudándole a crecer con las herramientas de apoyo al sector: el programa de acompañamiento y EROSKI Azoka. Además, continuamos incrementando nuestro surtido de producto local, incorporando más de 1.500 referencias hasta alcanzar las 21.000"

Asun Bastida
Directora Comercial de Producto Local



Número de proveedores comerciales y pequeños productores agroalimentarios por comunidad autónoma en 2022



Junto a los productores locales

Articulamos nuestra colaboración con los proveedores agroalimentarios a través de tres compromisos de actuación:

- Acercar los productos de las pequeñas empresas productoras a los consumidores.
- Desarrollar una gestión comercial adaptada a microempresas, PYME y Cooperativas.
- Colaborar en planes para su profesionalización y crecimiento empresarial.

En 2022 hemos incorporado 1.529 nuevas altas de productos locales y regionales, de las cuales 852 corresponden a la sección de Frescos y 677 a Alimentación. Esas nuevas altas han generado unas ventas de más de 23,8 millones de euros.

Además, continuamos renovando y generando nuevos convenios de colaboración con organizaciones sectoriales para el impulso de los alimentos locales: Denominaciones de Origen Protegida (DOP) e Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP).



IX Edición de la Feria de Producto Local de EROSKI en Zaragoza.

Más promoción de los productos regionales

Convenio de colaboración con el Gobierno Vasco

Hemos firmado un convenio de colaboración con el Departamento de Desarrollo Económico, Sostenibilidad y Medio Ambiente del Gobierno Vasco para fortalecer y desarrollar la industria agroalimentaria en el País Vasco. El marco del acuerdo contempla:

- Un calendario de promoción anual de los productos alimentarios vascos.
- Realizar actividades formativas dirigidas a las personas consumidoras.
- Desarrollar actividades relacionadas con la promoción de una alimentación sana y sostenible basada en los productos locales.
- Promover acciones de comunicación y formación al público sobre productos ecológicos.

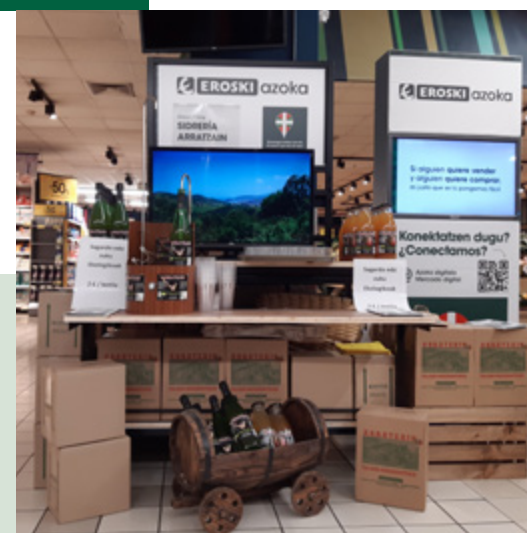


Programa de acompañamiento a productores locales

En 2022 hemos puesto en marcha una nueva herramienta al servicio de los productores agroalimentarios para que estos evalúen sus prácticas medioambientales, sociales y de gobierno corporativo. Este año hemos evaluado a 85 productores agroalimentarios locales vascos. A lo largo de 2023 extenderemos el Programa a otras regiones.

EROSKI Azoka: circuito más corto de venta

Hemos lanzado EROSKI Azoka, una plataforma digital que permite conectar a más de 50 pequeños productores de Gipuzkoa con el consumidor. Así, somos el primer distribuidor que pone en marcha una iniciativa como esta, poniendo la tienda y la logística al servicio de las más pequeñas producciones.



2.489
productos
con DOP
o IGP



Más de
1.500
vinos



Más de
700
referencias
de queso



Más de
230
productos
cárnicos



100 productos
de conservas
vegetales, aceites,
legumbres y arroz



Más de
1.189
productos
con marcas
de calidad
diferenciada
como Eusko Label,
Reyno Gourmet o
Tierra de Sabor



Colaboramos con productores locales de las Islas Baleares con la campaña 'Productes de Sa Nostra Terra', que busca incentivar el consumo del producto local, a través de acuerdos con 158 proveedores locales de alimentación y producto fresco.



Caprabo ha organizado 11 Ferias de Producto de Proximidad en 2022



Impulsamos la cultura local

Consideramos que es fundamental el apoyo a iniciativas de carácter local en sintonía con nuestra política de cercanía con las comunidades. Buscamos, además, favorecer el bienestar de personas próximas a nuestra red comercial y poner en valor su cultura y tradiciones.

Promoción y difusión de lenguas locales

En EROSKI consideramos las lenguas locales como parte esencial del patrimonio cultural de las comunidades de nuestro entorno y por eso trabajamos de forma continua para su promoción y difusión.

País Vasco



Durangoko Azoka:

Participamos en la Feria del Libro y Disco Vasco de Durango, en la que estamos presentes desde hace décadas.

Fiestas de Ikastolas:

Promovemos el euskera en el sector educativo en cada territorio (Herri Urrats, Ibilaldia, Araba Euskaraz, Kilometroak, Nafarroa Oinez), a través de eventos de la Escuela de Alimentación de la Fundación EROSKI con la participación de más de 9.600 personas.



Euskaraldia:

Hemos colaborado con la tercera edición de esta iniciativa social que busca cambiar los hábitos lingüísticos orales de quienes entienden euskera.



Galicia



Día das Letras Galegas:

Nos sumamos a la celebración del Día das Letras Galega con un homenaje al poeta gallego Florencio Delgado Gurriarán. En 176 establecimientos se colgaron carteles conmemorativos para dar a conocer la vida y obra del escritor.



Ocio y cultura

En EROSKI acercamos la cultura a las personas consumidoras mediante el patrocinio de actividades de ocio y culturales en las regiones donde tenemos fuerte presencia.



País Vasco



- Patrocinio a Musikaire en Elorrio.
- Subida Artxanda en Bilbao.

- Desde FORUM SPORT hemos organizado la Kosta Trail, evento de *running* y senderismo.

Galicia



- Patrocinio de la histórica ruta a pie XACOBEOA.
- Patrocinio de La Gira Leira, de la compañía Nova Galega Danza, que fusiona danza y música de raíz gallega, tradición y vanguardia.
- Patrocinio del Camino Escena Norte (CEN) 2022, centrado en promover el vínculo entre compañías de Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco y Navarra.

- Colaboración con la Fundación Emalcsa, que busca contribuir a acercar la cultura a las personas con diversidad funcional a través del programa Cultura Accesible e Inclusiva.

Cataluña



- Programa CapraboSport, que colabora con clubes de aficionados para promover hábitos de vida saludables a través del deporte.

Islas Baleares



En EROSKI hemos patrocinado los siguientes eventos:

En Mallorca:

- Subida Del Güell a Lluc a Peu.
- Regata Mamá Optimist en Portixol.
- Carrera Cala D'Or Ferrobikers Club Ciclista.
- Il Carrera de Resistencia de BTT Ferrobikers On The Run.

En Ibiza:

- Setmana del Mar.

Apoyamos las lenguas locales mediante el etiquetado de los productos de marca propia en los cuatro idiomas oficiales y a través de la revista Consumer EROSKI que se publica en castellano, euskera, gallego y catalán. Las revistas EROSKI Club y Sabor-Caprabo también se pueden leer en los idiomas oficiales de los territorios en los que operamos.



Hemos colaborado con la estropatada organizada por WOP y celebrada en la ría de Bilbao (Bizkaia).

Con la sociedad

En EROSKI siempre hemos trabajado en favor de construir entre todos una sociedad más justa y solidaria. Por eso desarrollamos diferentes acciones y campañas solidarias de ámbito local y nacional en las que participan trabajadores y trabajadoras, clientela y entidades sociales.

Plan de Solidaridad 2022

En 2022 hemos destinado 23 millones de euros a fines sociales junto con nuestros grupos de interés. Entre las iniciativas llevadas a cabo destacan:

Programa Céntimos Solidarios

Junto con nuestros clientes hemos donado casi 1,7 millones de euros a 67 entidades sociales. Las causas beneficiarias seleccionadas para 2022 han sido elegidas gracias a las sugerencias que nos han hecho llegar más de 12.000 clientes entre las que se encuentran la lucha contra el cáncer, así como el apoyo a las víctimas de violencia de género, personas con enfermedades neurodegenerativas o discapacidad, la infancia, familias y mayores en riesgo de exclusión social, las personas refugiadas, con problemas de salud mental y la protección del medio ambiente o los animales sin hogar.

Programa Desperdicio Cero

Colaboramos anualmente con más de un centenar de entidades sociales entregándoles artículos próximos a su fecha de caducidad. Gracias a ello, en 2022 hemos donado 3.632 toneladas de alimentos y productos básicos, que equivalen a 14 millones de comidas básicas para personas en riesgo de exclusión social. Asimismo, hemos cedido alimentos no aptos para consumo humano a protectoras de animales y zoológicos.

Distribución de las aportaciones para acción social

Solidaridad y acción social
19.242.000 €

Apoyo a familias y colectivos con necesidades especiales
1.818.000 €

Formación e información al consumidor
1.068.000 €

Cultura, ocio y entorno local
576.000 €

Total
23 millones de €
(+6 con respecto al 2021)



Tienda Lakua-Arriaga en Vitoria-Gasteiz (Araba).

Recogida de alimentos

En colaboración con los Bancos de Alimentos, organizamos en nuestras tiendas distintas acciones de recogida de alimentos para familias en riesgo de exclusión social, entre las que destacan la Operación Kilo de primavera y la Gran Recogida de noviembre. Así, hemos podido donar 1.484 toneladas de alimentos, que equivalen a casi 6 millones de comidas. De esta forma, se ha contribuido a la alimentación de 1.600 familias durante el año.

Campaña de emergencia a favor de los afectados por la guerra de Ucrania

Junto a nuestros clientes hemos donado 562.845 euros, la mayor recaudación de una campaña de emergencia hasta la fecha, que se han canalizado a través de UNICEF. Además, el mes de abril de Céntimos Solidarios fue destinado también a ayudar a las personas refugiadas por este conflicto a través de entidades como ACNUR y CEAR. En esta misma línea, también colaboramos con organizaciones como la Asociación Ucrania-Euskadi, Cáritas País Vasco, Cruz Roja Cataluña, Fundación Matia y Cáritas Gipuzkoa entregándoles excedentes de textil, productos de alimentación e higiene, colchonetas y hamacas, entre otros, para las personas refugiadas.



Elaboramos el Plan de Solidaridad 2023 desde la escucha

A lo largo de 2022, hemos elaborado el Plan de Solidaridad para 2023 con base en la escucha realizada a miles de clientes, trabajadores y ciudadanía en general, y en la valoración de los 525 proyectos presentados por 330 entidades sociales. De esta forma, la selección de los elegidos para ser receptores de las donaciones de Céntimos Solidarios en 2023 atenderá a causas como la infancia en situación de vulnerabilidad, la lucha contra el cáncer, las enfermedades raras o la salud mental, entre otras.

Esta iniciativa de escucha responde al Compromiso número 8 por la Salud y la Sostenibilidad que vela por la transparencia y participación de los grupos de interés.

4

Más equipo

Comprometidos con un empleo de calidad

A través del trabajo en equipo, hemos sabido superar todos los retos que, como empresa y sociedad, hemos tenido que afrontar, y estamos preparados para asumir los nuevos desafíos por venir, siempre centrados en nuestros compromisos con la salud y la sostenibilidad.

Esta forma de trabajar está marcada por los **10 valores esenciales** de nuestro trabajo:

- 1 Fomentamos la participación.
- 2 Promovemos el desarrollo personal y profesional a través de la mejora de los conocimientos, aptitudes y habilidades.
- 3 Sentimiento de pertenencia: estamos orgullosos de pertenecer a EROSKI y buscamos las áreas de mejora.
- 4 Impulsamos la información y la comunicación de manera bidireccional dentro de la organización.
- 5 Gracias a la solidaridad interna, primamos lo colectivo sobre lo individual y el largo sobre el corto plazo.
- 6 Dinamismo para adaptarse al cambio y promover la innovación.
- 7 Orientados al cliente para adaptarnos y anticiparnos a sus necesidades.
- 8 Mejoramos continuamente las condiciones del trabajo para garantizar una calidad de vida adecuada.
- 9 Practicamos la solidaridad externa para devolver a la sociedad lo que nos aporta.
- 10 Aspiramos al máximo nivel de profesionalización.



Un gran equipo humano



27.308
profesionales



21.039 mujeres

77%

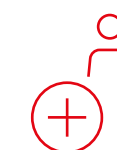


6.269 hombres

23%



9.500
Socios/as de Trabajo



1.268
nuevos Socios y
Socias de Trabajo

Como empresa de base cooperativa, una parte importante de las personas trabajadoras también son propietarias y propietarias: 9.500 personas de la plantilla de EROSKI son Socias y Socios de Trabajo, lo que representa el 35% del total. Esta figura permite una mayor participación de las personas trabajadoras en la gestión cooperativa de la empresa.

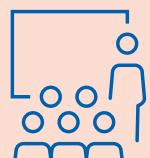
"EROSKI me ofrece la oportunidad de desarrollar una carrera profesional, en una empresa referente en el sector y con las mejores herramientas a mi alcance para crecer. Pero, lo que principalmente destacaría es el sentimiento de pertenencia. Somos una gran familia"

Aitor García. Socio en 2022.
EROSKI/City Monumental (Bilbao)



Formando para ser mejores

En 2022 hemos seguido avanzando y creciendo en el desarrollo de nuestro mejor talento interno, maximizando los recursos, combinando aprendizaje presencial y *e-learning* para adaptarnos a las necesidades de las personas.



1.642.499 € destinados a programas formativos (+3%)

242.445 horas de formación (+37%)

Tenemos un modelo de Desarrollo Directivo y Gestión del Talento que promueve la incorporación y desarrollo del talento en posiciones directivas, con el objetivo de asegurar nuestra posición competitiva.

En esta línea, podemos destacar los 'gestores con potencial', personas con características y rasgos para cubrir puestos directivos en futuro con las que desarrollamos una gestión diferenciada con el objetivo de que su potencial acabe transformándose en posibilidad real de cobertura de puestos directivos.

También contamos con una Escuela de Mandos que engloba diferentes Programas de Desarrollo Profesional en los que aprender las competencias técnicas y transversales necesarias para convertirse en un mando cualificado en el punto de venta.



"La Escuela de Mandos me ha servido como formación y como inspiración. Lo primero es porque te ofrece algunas de las claves más relevantes para la gestión de equipos. Lo segundo es porque está fundamentado en el modelo de personas de base cooperativa, un modelo en el que creo"

Olga Toro
Socia trabajadora
EROSKI Castro
Urdiales



Con la igualdad y la diversidad por bandera

EROSKI se rige por el principio de no discriminación ya previsto en sus estatutos fundacionales en relación con el sexo, la raza, la orientación sexual, las creencias religiosas, las opiniones políticas, la nacionalidad, el origen social, la discapacidad o cualquier otra característica que pudiera originarla.

En este sentido, desde 2005 contamos con una Comisión para la Igualdad y con el Observatorio de Igualdad, una herramienta que vela por el cumplimiento de este principio en toda la organización, y que en 2022 cumplió 17 años.

Cabe destacar que el 77% de nuestra plantilla son mujeres, y son ellas las que ocupan el 74% de los puestos de responsabilidad en 2022, porcentaje

muy superior a la media del sector. La presencia de mujeres es también mayoritaria en los órganos de gobierno corporativo, donde el 86% de la representación es femenina. Además, desde 2022 la CEO de EROSKI es una mujer, Rosa Carabel.

"Seguimos avanzando en el desarrollo del plan de igualdad, destacando en 2022 el incremento formativo de mujeres en puestos de mando y dirección, la implantación de la formación en igualdad y diversidad online para todo el colectivo y la IX jornada Cómplices donde se reflexionó en torno a la diversidad y la igualdad en clave de cine"

Marta Carazo
Directora del Observatorio de
Igualdad de EROSKI



Conciliación

La conciliación de la vida personal y profesional es uno de los ejes de nuestro Plan de Igualdad. En EROSKI contamos con permisos adicionales a los que la legislación establece, impulsando entornos y horarios de trabajo flexibles que permitan un equilibrio entre la vida personal y profesional. Fieles a este compromiso, damos la posibilidad de reducir la jornada sin causa manifiesta y manteniendo

el derecho a recuperar la jornada laboral completa una vez finalizado el periodo de reducción, así como de coger excedencias temporales voluntarias con reserva de puesto con el objetivo de colaborar en proyectos de ONG o en otros planes de desarrollo personal.

Este año hemos dado un paso más en esta línea, aprobando una normativa de reducción de jornada voluntaria sin límite de tiempo y con derecho a restituirse en su jornada de origen para personas de 58 años o más, con el objetivo de que este colectivo pueda reducir su esfuerzo en los últimos años de carrera profesional.

En 2022, 3.614 personas se acogieron a una reducción de jornada o excedencia, que corresponde al 13% de la plantilla.



5

Más transparentes
Información financiera

Cerramos las cuentas de 2022 con un resultado operativo que asciende a 204 millones de euros, en un contexto de creciente presión sobre los costes de los productos vendidos y de otros costes directos, los cuales han sido parcialmente asumidos resultando unos menores márgenes porcentuales y compensados, en parte, gracias a la continuidad de las medidas de mejora de eficiencia en la cadena de valor y procesos logísticos de negocio iniciadas en ejercicios anteriores.

El resultado final del ejercicio refleja un beneficio de 64 millones de euros, mientras que las ventas han alcanzado la cifra de 4.828 millones de euros, un 6,3% superior a la del ejercicio anterior.

Valor económico directo generado y distribuido (miles de euros)	2022	2021
Ventas netas de distribución	4.828.195	4.541.380
Otros ingresos	261.579	251.009
INGRESOS ORDINARIOS	5.089.774	4.792.390
Beneficio operativo (antes de Deterioros, Resultados Venta Inmovilizado y Activos No Corrientes)	204.014	185.475
Deterioros, Resultados Venta inmovilizado y Activos No corrientes	- 21.945	- 63.913
Beneficio antes de financieros e impuestos	182.068	121.562
Resultado financiero	- 97.248	33.147
Participacion beneficio / pérdidas de las inversiones aplicando método de participación	81	221
PÉRDIDAS DE ACTIVIDADES CONTINUADAS ANTES DE IMPUESTOS	84.901	154.930
Impuesto Sobre Ganancias	- 20.987	- 50.316
RESULTADO DEL EJERCICIO	63.914	104.614

Balance de situacion consolidado del Grupo EROSKI

Extracto en miles de euros a 31 de enero de 2023

ACTIVO	31/1/23	31/1/22	Variación
Inmovilizado intangible, Material e inmobiliario	2.669.744	2.842.300	(172.557)
Activos Financieros	189.839	189.923	(84)
Activos por Impuesto Diferido	275.482	284.799	(9.317)
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	3.135.065	3.317.022	(181.957)
Existencias	400.556	368.275	32.281
Activos financieros	13.117	12.961	156
Deudores y otras cuentas a cobrar	146.976	161.445	(14.469)
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	220.114	213.359	6.755
Activos no corrientes mantenidos para la venta	21.738	3.385	18.354
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	802.500	759.424	43.077
TOTAL ACTIVOS	3.937.565	4.076.446	(138.881)

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	31/1/23	31/1/22	Variación
Patrimonio atribuido a Sdad. Dominante	146.433	113.210	33.223
Intereses minoritarios	213.025	205.082	7.943
PATRIMONIO NETO	359.458	318.292	41.166
Pasivos financieros no corrientes	2.176.901	2.394.125	(217.224)
Otros pasivos no corrientes	230.618	231.685	(1.067)
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	2.407.519	2.625.810	(218.291)
Pasivos financieros corrientes	178.772	139.071	39.701
Acreedores y otras cuentas a pagar	991.815	993.272	(1.457)
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	1.170.587	1.132.343	38.244
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	3.937.565	4.076.446	(138.881)

